



**ФЕДЕРАЦИЯ ПРОФСОЮЗОВ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Досье профактивиста № 142

**2017 год -
Год профсоюзной информации**

**Екатеринбург
2017 год**

**ФЕДЕРАЦИЯ ПРОФСОЮЗОВ
СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ**

Департамент социальных гарантий и информации

Досье профактивиста № 142

**2017 год –
Год профсоюзной информации**

**Екатеринбург
2017 год**



УКАЗ

ГУБЕРНАТОРА СВЕРДЛОВСКОЙ ОБЛАСТИ

25.09.2017

№ 521-УГ

г. Екатеринбург

О проведении в Свердловской области мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области

В целях подготовки и проведения мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области, учитывая вклад профсоюзов в развитие экономики, науки, культуры и социальной сферы в Свердловской области **ПОСТАНОВЛЯЮ:**

1. Поддержать предложение Федерации профсоюзов Свердловской области о проведении в Свердловской области в 2018 году мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области.

2. Свердловскому областному организационному комитету по проведению мероприятий в связи с памятными событиями отечественной истории организовать подготовку и проведение мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области.

3. Исполнительным органам государственной власти Свердловской области оказать содействие Федерации профсоюзов Свердловской области в проведении мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области.

4. Рекомендовать органам местного самоуправления муниципальных образований, расположенных на территории Свердловской области, организовать проведение мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области.

5. Рекомендовать некоммерческой организации «Фонд губернаторских программ Свердловской области» рассмотреть возможность финансирования мероприятий, посвященных 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области.

6. Контроль за исполнением настоящего указа возложить на Первого Заместителя Губернатора Свердловской области – Руководителя Администрации Губернатора Свердловской области В.Г. Тунгусова.

7. Настоящий указ опубликовать в «Областной газете».

Губернатор
Свердловской области



Е.В. Куйвашев

**ПОСТАНОВЛЕНИЕ ГЕНЕРАЛЬНОГО СОВЕТА ФНПР
ОТ 18.02.2004 № 6-10**

О КОНЦЕПЦИИ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ФНПР

Рассмотрев вопросы формирования информационной политики профсоюзов, Генеральный Совет ФНПР отмечает, что в общественном сознании и средствах массовой информации проблемы современного профсоюзного движения не находят адекватного отражения. Общество не получает истинного представления о масштабах деятельности профсоюзов, их возможностях по защите прав и интересов трудящихся, усилия профсоюзов и объединений организаций профсоюзов не встречают должного понимания со стороны государственной власти.

Такое положение дел во многом является следствием недостаточного внимания ФНПР и ее членских организаций к информационной сфере, отсутствием механизмов реализации положений, заложенных в предыдущей редакции Концепции. Информационная работа в профсоюзах ведется разобщенными силами, финансируется по остаточному принципу, зачастую не соответствует современному уровню PR-технологий. В соответствии с постановлением Исполнительного комитета ФНПР от 27.20.2003 № 6 – 12 года принято решение одобрить проект новой редакции Концепции информационной политики ФНПР и после предварительного обсуждения членскими организациями Федерации вынести его на заседание Генерального Совета ФНПР. Реализация положений новой редакции Концепции позволит создать единую систему работы с информационными ресурсами профсоюзов, сформировать позитивный имидж Федерации Независимых Профсоюзов России.

Генеральный Совет ФНПР постановляет:

1. Одобрить и принять новую редакцию Концепции информационной политики ФНПР (прилагается).
2. Членским организациям ФНПР провести работу по кадровому и организационно-техническому укреплению подразделений осуществляющих деятельность в информационной сфере, приведя их в соответствие с положениями новой редакции Концепции информационной политики ФНПР.
3. Руководству ФНПР в соответствии с положениями Концепции информационной политики ФНПР провести кадровое и организационное укрепление Центра общественных связей Аппарата ФНПР.

КОНЦЕПЦИЯ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ФНПР

1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

1.1. Федерация Независимых Профсоюзов России осуществляет свою информационную деятельность на основе прав, предоставленных Конституцией Российской Федерации, Законом Российской Федерации "О печати", Законом Российской Федерации "О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности", международными договорами и обязательствами России в соответствии с требованиями Устава и программных документов Федерации.

1.2. Концепция информационной политики ФНПР является совокупностью официальных взглядов Федерации Независимых Профсоюзов России на цели, задачи, принципы и основные направления работы в информационной сфере.

Под информационной политикой ФНПР понимается проведение комплекса мероприятий организационного, издательского, исследовательского и иного характера, направленных на гармонизацию отношений профсоюзов и общества, способствующих распространению идей профсоюзного движения и привлечению новых членов в ряды профессиональных союзов, а также на объективное освещение деятельности ФНПР в средствах массовой информации.

1.3. Целью информационной политики ФНПР является содействие успешной деятельности Федерации и ее членских организаций по защите социально-экономических и трудовых прав членов профсоюзов и их семей, укреплению и развитию профсоюзного движения, росту его авторитета в обществе, популяризации профсоюзов, их идей, целей и задач, усилению мотивации профсоюзного членства.

1.4. Настоящая Концепция является основой для: выработки единых подходов всех структур профсоюзного движения, входящих в ФНПР, к организации и практическому осуществлению взаимодействия со средствами массовой информации; систематизации деятельности ФНПР и ее членских организаций в информационной сфере, формирования единой информационной политики; регламентации информационных процессов, связанных с деятельностью профессиональных союзов, входящих в ФНПР, развития и совершенствования работы с информационными ресурсами; взаимного использования информационных ресурсов ФНПР и членских организаций.

1.5. Основными задачами единой информационной политики ФНПР являются:

формирование общественного мнения в интересах трудящихся и профессиональных союзов, привлечение внимания общества к проблемам, решения которых добиваются профсоюзы, разъяснение стратегических целей и задач профсоюзного движения, формирование у большинства населения устойчивого положительного отношения к профсоюзам, формирование у членов профсоюзов и трудящихся негативного отношения к работодателям, нарушающим трудовое законодательство (пропагандистская задача); формирование имиджа ФНПР как основного и наиболее дееспособного в Российской Федерации объединения профессиональных союзов, последовательно отстаивающего права трудящихся на всех уровнях, от местного до федерального (задача построения имиджа); распространение информации о деятельности профсоюзов, о функционировании институтов социального партнерства, об организации и проведении коллективных действий, их целях, задачах и результатах (агитационная задача);

обеспечение информационной связи между различными звеньями и уровнями профсоюзного движения, постоянной информированности профактива о деятельности профсоюзных органов, о новых законодательных актах и действиях исполнительной власти, об оценке общественно-политической ситуации с позиций профсоюзов, о передовом опыте работы профорганизаций (организационная задача);

обобщение и анализ информации о деятельности профсоюзов и ситуации в обществе, изучение и распространение опыта членских организаций ФНПР по взаимодействию со СМИ, популяризация передового опыта с целью совершенствования форм и методов профсоюзной работы, выработки стратегии профсоюзного движения (идеологическая задача).

1.6. Единая информационная политика осуществляется на общедофедеральном, отраслевом, региональном и местном уровнях соответствующими структурными подразделениями аппаратов профорганов, редакциями профсоюзных средств массовой информации, информационными агентствами и службами новостей, учебными учреждениями профсоюзов с привлечением государственных и негосударственных газет, журналов, радио и телевидения, иных средств массовой информации. Учитывая постоянно возрастающее проникновение компьютерных сетей, в частности, Интернета, влияние сетевых публикаций на лидеров общественного мнения, работа в этом информационном пространстве становится одним из приоритетов информационной политики ФНПР.

1.7. Неотъемлемой частью единой информационной политики является популяризация деятельности ФНПР за рубежом, информирование о ней мирового профсоюзного движения, в особенности профцентров государств-членов МОТ, и национальных профцентров, входящих в МКСП, обеспечение их солидарной поддержки действиям ФНПР и ее членских организаций, предпринимаемым в интересах защиты законных прав трудящихся и профсоюзов России.

1.8. Координацию единой информационной политики ФНПР осуществляет Центр общественных связей Аппарата ФНПР (далее - ЦОС ФНПР), действующий на основании Положения, утвержденного Распоряжением по Аппарату ФНПР.

2. ЕДИНАЯ СИСТЕМА ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ

2.1. Создание единой системы информационного обеспечения профсоюзов подразумевает структурирование и объединение ресурсов, сил и средств, приоритетное разрешение общих проблем профобъединений в информационной сфере, скоординированное ведение информационной деятельности на основе выработанных единых подходов к работе со средствами массовой информации.

Под информационным обеспечением понимается распространение в средствах массовой информации сведений о работе профсоюзов и профобъединений, усилиях и инициативах ФНПР и ее членских организаций, взаимодействие с иными институтами общества, влияющими на формирование общественного мнения, осуществляемые уполномоченными к ведению работы в информационной сфере подразделениями, своевременное донесение важной информации до руководства ФНПР, обеспечение запросов профсоюзных структур на получение необходимой информации.

2.2. В рамках создания единой системы организационного обеспечения на уровне общероссийских профсоюзов и территориальных объединений организаций профсоюзов должны быть созданы (реорганизованы) самостоятельные, соответствующим образом укомплектованные структурные подразделения (пресс-службы).

Эти информационные структуры осуществляют свою деятельность в непосредственном подчинении руководителям соответствующих профсоюзов и профобъединений. Координация информационной работы на общероссийском уровне возлагается на ЦОС ФНПР.

2.3. В тех профсоюзах (территориальных профобъединениях), где в силу финансовых или иных причин в данное время отсутствуют полноценные пресс-службы, для ведения работы в рамках Единой информационной системы должна быть предусмотрена должность пресс-секретаря, не занятого иной деятельностью.

На уровне первичных организаций единая информационная система связывает редакции профсоюзных многотиражных изданий, веб-ресурсов профкомов крупных предприятий и т.д.

2.4. ФЕДЕРАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

ЦОС ФНПР, другие подразделения Аппарата ФНПР на федеральном уровне ведут сбор и первичный анализ информации о деятельности профорганов, органов государственной власти, социально-экономической ситуации в стране, новых нормативно-правовых актах, опыте социального партнерства, общественных и политических движений и партий и т.п.

В качестве источников используются общедоступные и платные базы данных, ленты информационных агентств, мониторинг СМИ, информационные ресурсы Интернета, а также информация, полученная по собственным каналам профсоюзов.

С целью дальнейшего анализа и обобщения информации в ФНПР создается единый информационный банк, открытый для пользования своих членских организаций. Информация в банке будет храниться в электронном виде. Для обеспечения удобного и быстрого доступа к данным он будет оснащен web-интерфейсом.

Информация на бумажных носителях хранится в Архиве ФНПР и Научной библиотеке ФНПР.

Членские организации всемерно содействуют сбору и получению информации структурными подразделениями Аппарата ФНПР.

На основе собранной информации ЦОС ФНПР регулярно (не реже 1 раза в неделю) готовит краткий информационный бюллетень с обзором текущих событий и публикаций для руководства ФНПР и пресс-служб членских организаций ФНПР.

ЦОС ФНПР оказывает методическую и консультационную помощь в организации работы в рамках Единой системы информационного обеспечения соответствующим структурам общероссийских профсоюзов и территориальных объединений организаций профсоюзов.

ЦОС ФНПР готовит аналитические записки по запросу руководства ФНПР и ее членских организаций.

2.5. ОТРАСЛЕВОЙ УРОВЕНЬ

В рамках единой системы информационного обеспечения каждый входящий в ФНПР общероссийский профсоюз:

имеет в структуре своего аппарата штатное соответствующим образом укомплектованное структурное подразделение, отвечающее за информационную работу, обеспечивает его взаимодействие с ЦОС ФНПР; заблаговременно информирует ЦОС ФНПР и печатный орган ФНПР (Центральная профсоюзная газета "Солидарность") о предстоящих коллективных действиях или значительных мероприятиях, проводимых профсоюзами;

публикует (издает) текст отраслевого тарифного соглашения и распространяет его в профсоюзных организациях отрасли; обеспечивает распространение по своим каналам информации, полученной от ФНПР;

обеспечивает проведение мероприятий по усилению информационной деятельности своих членских организаций;

по мере необходимости пользуется возможностями информационного банка ФНПР, создает и пополняет собственный банк информации;

пресс-службы общероссийских и межрегиональных профсоюзов, входящих в ФНПР, не реже одного раза в месяц готовят обзоры СМИ для руководителей профсоюза.

Общероссийские и межрегиональные профсоюзы, входящие в ФНПР, обеспечивают оперативное распространение среди своих членов информации, полученной ими от ФНПР, и подписку на печатный орган ФНПР.

2.6. РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

Входящие в ФНПР территориальные объединения организаций профсоюзов в рамках единой системы информационного обеспечения разрабатывают и осуществляют собственную программу информационной деятельности, которая включает в себя:

сбор, анализ и накопление информации, регулярную передачу ее в ЦОС ФНПР;

своевременное информирование ФНПР о ситуации в регионе и о своей деятельности;

формирование благоприятного для деятельности профсоюзов общественного мнения в регионе;

обучение профсоюзного актива, занимающегося информационной деятельностью;

оперативную передачу информации своим членским организациям и получение информации от них.

За выполнение программы информационной деятельности отвечает штатное структурное подразделение (пресс-служба), взаимодействующее с ЦОС ФНПР.

Пресс-службы территориальных объединений организаций профсоюзов не реже одного раза в месяц готовят обзоры СМИ для руководителей профобъединений.

Территориальные объединения организаций профсоюзов ежегодно проводят творческие конкурсы материалов информационно-пропагандистского обеспечения мотивации профсоюзного членства.

Территориальные объединения организаций профсоюзов обеспечивают оперативное распространение в регионе информации, полученной ими от ФНПР, и подписку профорганизации на печатные органы ФНПР.

Территориальные объединения организаций профсоюзов регулярно информируют представительства ФНПР в федеральных округах России о своей деятельности; привлекают республиканские, областные, краевые, районные, заводские СМИ к участию в конкурсах на лучшее освещение профсоюзной жизни, проводимых в федеральных округах.

2.7. ПЕРВИЧНЫЕ ОРГАНИЗАЦИИ (профкомы)

Профсоюзные комитеты в рамках единой информационной системы организуют публикации и выступления перед трудящимися и членами профсоюза, оформляют информационные стенды на предприятии, в организации, используя при их подготовке материалы, опубликованные в печатном органе ФНПР, местной профсоюзной прессе, размещенные на официальных сайтах профсоюзов, направленные ему региональными и

общероссийскими профсоюзными органами в рамках единой системы информационного обеспечения.

Профкомы также передают в информационные структуры территориальных и отраслевых объединений информацию о положении в первичной профорганизации, социально-трудовых конфликтах и их разрешении и т.д.

3. РАБОТА С ПЕЧАТНОЙ ПРЕССОЙ

3.1. ПЕЧАТНЫЙ ОРГАН И ИНЫЕ ИЗДАНИЯ ФНПР

3.1.1. Печатными органами ФНПР являются:

издаваемая совместно с Московской федерацией профсоюзов Центральная профсоюзная газета "Солидарность";

информационно-аналитический журнал «Профсоюзы и экономика»;

ежемесячный информационный сборник «Вести ФНПР».

На страницах печатных изданий ФНПР публикуется информация о деятельности Федерации и ее членских организаций, о работе выборных органов Федерации и их решениях, материалы об опыте социального партнерства и коллективных действиях профсоюзов, информация об уровне жизни, доходах населения и состоянии рынка труда, методические материалы для профсоюзного актива, правовые акты по социально-трудовым вопросам и комментарии к ним, материалы о международном рабочем движении, оперативная хроника наиболее важных и интересных дел членских организаций ФНПР, краткие сообщения об опыте профсоюзной работы.

3.1.2. Газета «Солидарность» и журнал «Профсоюзы и экономика» ориентированы, в первую очередь, на профсоюзный актив. Их обязательными подписчиками должны быть членские организации ФНПР, профсоюзные органы всех уровней, первичные организации, профсоюзные клубы и библиотеки. Газета и журнал направляются депутатам Государственной Думы и членам Совета Федерации Федерального Собрания Российской Федерации, членам Российской трехсторонней комиссии по регулированию социально-трудовых отношений, лидерам общероссийских общественных движений и партий. Членские организации ФНПР обеспечивают подписку на газету "Солидарность" и журнал «Профсоюзы и экономика».

Редакция газеты "Солидарность" совместно с территориальными объединениями организаций профсоюзов проводит работу по созданию корреспондентских пунктов или региональных вкладок в субъектах Российской Федерации.

3.1.3. Газета "Солидарность" и журнал «Профсоюзы и экономика» имеют собственные веб-сайты, на которых публикуются основные материалы изданий.

3.1.4. Полный текст решений выборных органов ФНПР, информация о работе структурных подразделений Аппарата ФНПР и официальная хроника

публикуются в ежемесячном информационном сборнике "Вести ФНПР", который направляется в членские организации.

Для повышения образовательного уровня профсоюзного актива, углубленного изучения и гласного обсуждения проблем развития профсоюзного движения ФНПР ведет работу по созданию популярного иллюстрированного научно-теоретического и общественно-политического издания.

ФНПР ведет работу по расширению тематики и улучшению художественно-технического оформления журнала «Профсоюзы и экономика», превращению его в популярное иллюстрированное научно-теоретическое и общественно-политическое издание, предназначенное для повышения образовательного уровня профсоюзного актива, углубленного изучения и гласного обсуждения проблем развития профсоюзного движения.

3.2. ИНЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ С ПЕЧАТНОЙ ПРЕССОЙ НА ФЕДЕРАЛЬНОМ УРОВНЕ

3.2.1. Основная форма работы с печатной прессой на федеральном уровне - регулярная публикация (в том числе на возмездной основе) информации о деятельности ФНПР и ее членских организаций в общенациональных газетах. Выпуск ежедневной общенациональной газеты профсоюзов является перспективной задачей ФНПР.

3.2.2. ФНПР регулярно проводит всероссийские селекторные совещания по актуальным проблемам и важнейшим событиям, на которые приглашаются представители СМИ.

3.2.3. В целях регулярного освещения позиций и работы Федерации Независимых Профсоюзов России ЦОС ФНПР:

регулярно (не реже одного раза в квартал) организует и проводит брифинги и пресс-конференции руководства ФНПР, как правило, приурочивая их к важнейшим событиям в жизни профсоюзов: заключению Генерального соглашения, переговоров с правительственными структурами, организации и проведению коллективных действий, заседаниям Генерального Совета и Исполкома ФНПР; обеспечивает присутствие представителей прессы на открытых мероприятиях Федерации;

готовит и по поручению руководства ФНПР распространяет пресс-релизы, информационные сообщения о действиях профсоюзов и тексты заявлений ФНПР по важнейшим вопросам общественно-политической жизни страны, внутренней и внешней политики Российского государства;

формирует из числа журналистов, постоянно освещающих работу профсоюзов, пресс-клуб, проводит его заседания, оказывает помощь членам пресс-клуба в поиске и получении необходимой информации;

собирает и анализирует публикации центральной печати о профсоюзах, регулярно выпускает дайджесты прессы;

в целях поощрения интереса журналистов к профсоюзной тематике, повышения творческого уровня публикуемых материалов ФНПР ежегодно

проводит конкурс имени радиожурналиста Якова Смирнова в соответствии с Положением о конкурсе, утвержденным Исполкомом ФНПР.

3.3. ОТРАСЛЕВОЙ УРОВЕНЬ

Организуя работу с печатной прессой с учетом отраслевой специфики, каждый входящий в ФНПР общероссийский и межрегиональный профсоюз:

регулярно выпускает печатное издание (газету, журнал, бюллетень) с тиражом, обеспечивающим потребности профкадров и актива;

сотрудничает с существующими отраслевыми и специализированными изданиями, добивается регулярного освещения на их страницах деятельности профсоюза;

во взаимодействии с ЦОС ФНПР привлекает центральные средства массовой информации к освещению общероссийских отраслевых коллективных действий, других важных событий;

использует иные формы взаимодействия с печатными СМИ, регулярно информирует об этих контактах ЦОС ФНПР.

3.4. РЕГИОНАЛЬНЫЙ УРОВЕНЬ

Входящие в ФНПР территориальные объединения организаций:

регулярно приглашают представителей СМИ на проводимые объединениями организаций профсоюзов мероприятия;

не реже одного раза в квартал проводят пресс-конференции с редакторами краевых, районных, заводских многотиражных газет;

- не реже одного раза в месяц готовят и распространяют пресс-релизы для СМИ;

организуют работу с редакторами республиканских, краевых, областных, районных, отраслевых и заводских многотиражных газет и изданий;

проводят пресс-конференции – Дни профсоюзной информации;

издают местные профсоюзные газеты и журналы;

организуют смотры-конкурсы на лучшее освещение деятельности профсоюзных организаций печатными и электронными СМИ.

Территориальные профобъединения также заключают договоры с редакциями иных газет и не реже 1 раза в месяц публикуют на их страницах вкладки или рубрики, посвященные деятельности профсоюзов в регионе, используют иные формы взаимодействия со средствами массовой информации.

4. РАБОТА С ЭЛЕКТРОННЫМИ СМИ

4.1. В условиях возрастающего влияния электронных средств массовой информации на общественное мнение ФНПР будет стремиться к тому, чтобы все важнейшие события в жизни профсоюзов и результаты их деятельности освещались на государственных и частных телеканалах, в эфире радиостанций, через другие электронные СМИ:

ЦОС ФНПР самостоятельно и через ведущие информационные агентства передает сообщения о деятельности и решениях ФНПР в новостные программы телевидения и радио;

ЦОС ФНПР, информационные структуры членских организаций ФНПР приглашают теле- и радиожурналистов на пресс-конференции и открытые мероприятия, организуют выступления профсоюзных лидеров в различных теле- и радиoproграммах;

общероссийские профсоюзы и территориальные объединения организаций профсоюзов должны сотрудничать с региональными телерадиокомпаниями, информагентствами и регулярно информировать ЦОС ФНПР о том, в каком состоянии находятся эти контакты.

5. РАБОТА В ОБЩЕДОСТУПНЫХ КОМПЬЮТЕРНЫХ СЕТЯХ

5.1. Основная форма информационной работы в компьютерных сетях - создание и поддержание постоянно обновляемых веб-сайтов профсоюзов и территориальных профобъединений, их пропаганда. Необходимо также внедрять интранет-сайты для внутренних нужд профсоюзов.

2. Федерация будет использовать интерактивные возможности, предоставляемые компьютерными сетями: организовывать в сети Интернет опросы, пресс-конференции, проводить анализ общественного мнения с применением современных интернет-технологий; публиковать мультимедийные материалы (аудио- и видеозаписи интервью руководителей профсоюзов, агитационные ролики и т.д.).

ЦОС ФНПР:

создает и поддерживает официальный сайт ФНПР, обеспечивает его актуализацию в соответствии с требованиями времени, внедряет новые технологии;

создает и поддерживает интранет-сайт УОО "Аппарат ФНПР";

размещает информацию о сайте в печати и эфире;

проводит регулярные кампании по публикации баннеров на ведущих новостных сайтах русскоязычного Интернета;

обеспечивает публикацию и техническую поддержку архивной базы данных ФНПР и веб-интерфейса к ней;

проводит широкоэвещательные сетевые пресс-конференции;

публикует статьи и заметки на новостных лентах и информационных порталах, имеющих открытый доступ;

взаимодействует с родственными интернет-сайтами;

размещает по просьбе членских организаций их специальную информацию на официальном сайте ФНПР;

оказывает методическую и технологическую помощь членским организациям ФНПР при создании их собственных сайтов в Интернете;

размещает на сайте ФНПР материалы о практических действиях профсоюзов, опубликованных в средствах массовой информации (газетах,

журналах) с указанием печатного издания, его номера и даты выпуска, а также названия статей (один раз в месяц).

Информационные структуры профсоюзов и территориальных профобъединений:

создают и поддерживают сайты профобъединений в Интернете;

регулярно передают в ЦОС ФНПР информацию для размещения на официальном сайте ФНПР;

участвуют в организации интерактивных акций.

6. ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ С ПРЕСС-СЛУЖБАМИ И ИЗДАНИЯМИ ЧЛЕНСКИХ ОРГАНИЗАЦИЙ ФНПР

6.1. ЦОС ФНПР активно взаимодействует с информационными структурами аппаратов членских организаций, оказывая им необходимую информационную и методическую помощь.

6.2. ЦОС ФНПР:

разрабатывает методические рекомендации для профсоюзных пресс-служб и изданий, регулярно информирует их о новых направлениях в работе информационных структур профсоюзов регионального уровня; не реже одного раза в месяц готовит и направляет им для работы и использования в печати информационные пакеты, содержащие сообщения, статьи, комментарии, интервью, заявления выборных органов и руководителей ФНПР;

организует обучение сотрудников информационных служб членских организаций ФНПР и обмен опытом, для чего не реже одного раза в год проводит семинары редакторов профсоюзных изданий и руководителей пресс-служб; оказывает им иную необходимую помощь;

проводит регулярные стажировки редакторов и руководителей пресс-служб в ЦОС ФНПР.

6.3. Членские организации ФНПР обеспечивают дальнейшее распространение информации, полученной от ЦОС ФНПР.

6.4. Отраслевые, республиканские, краевые, областные, городские, районные организации профсоюза, координационные советы профсоюзов обеспечивают распространение информации, полученной от территориальных объединений организаций профсоюзов и общероссийских профсоюзов, до первичных профорганизаций.

Профкомы полученную информацию доводят до членов профсоюза и всех трудящихся.

7. ИНЫЕ ФОРМЫ РАБОТЫ ПО ФОРМИРОВАНИЮ ОБЩЕСТВЕННОГО МНЕНИЯ

7.1. ФНПР считает одним из важнейших условий своей деятельности формирование благоприятного общественного мнения о профсоюзной работе.

ФНПР стремится обеспечить широкое обсуждение социально-трудовых проблем в трудовых коллективах и средствах массовой информации. В этой связи перед ЦОС ФНПР стоит задача максимально широко распространить информацию соответствующего характера, как-то: о прожиточном минимуме, размере зарплат в различных отраслях и секторах экономики, состоянии "рынка труда", о доходах населения и т.п.

7.2. С целью научного обоснования деятельности ФНПР будут проводиться социологические опросы и исследования общественного мнения. Создание собственной службы изучения общественного мнения является самой ближайшей перспективной задачей ФНПР. В настоящее время координация этой деятельности возлагается на ЦОС ФНПР.

7.3. ФНПР намерена вести активную издательскую деятельность, продолжить выпуск книг и брошюр, посвященных теории и практике профсоюзной работы, социальному партнерству, истории рабочего движения.

7.4. Необходимо приступить к выпуску ежемесячного информационного бюллетеня на русском, английском и французском языках, в котором нашла бы отражение работа российских профсоюзов. Его распространение, в том числе и средствами электронной почты, могло бы способствовать не только установлению постоянных контактов с зарубежными партнерами, но и обеспечить обратную связь в виде получения от них информации о своей деятельности, многие аспекты которой представляют для профдвижения России несомненный практический интерес.

7.5. На веб-ресурсах ФНПР должны быть созданы разделы на иностранных языках. Наполнение этих разделов предполагается проводить с учетом их специфики.

7.6. На ЦОС ФНПР возлагается решение вопросов, связанных с разработкой и выпуском презентационной, имиджевой и представительской продукции, а также видеofilмов и роликов о деятельности профсоюзов.

8. ФИНАНСОВОЕ ОБЕСПЕЧЕНИЕ ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОЛИТИКИ ФНПР

8.1 Финансовое обеспечение информационной политики ФНПР осуществляется за счет сметы Генерального Совета ФНПР по профбюджету, смет членских организаций, предусматривающих соответствующие статьи расходов, а также средств целевого Фонда обеспечения информационной политики ФНПР. Деятельность Фонда осуществляется в соответствии с Уставом ФНПР и регламентируется Положением, утверждаемым Председателем ФНПР. Размер взносов членских организаций ФНПР в Фонд обеспечения информационной политики определяется Положением о Фонде и Уставом ФНПР.

РЕЗОЛЮЦИЯ IX СЪЕЗДА ФНПР

Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов

Главными целями информационной работы являются: содействие успешной деятельности ФНПР и ее членских организаций, укрепление и развитие профсоюзного движения, рост его авторитета в обществе, усиление мотивации профсоюзного членства. Информационная работа – неотъемлемый инструмент решения уставных задач, равный по значимости главным направлениям профсоюзной работы.

Мы живем в обстановке острого информационного противоборства, включающего в свою орбиту и социально-трудовые отношения. В этих условиях информационную деятельность профсоюзов следует ориентировать на активную работу с мнениями людей, аргументированное убеждение их в правоте профсоюзной стороны. И победителями в этом противостоянии должны быть профсоюзы!

Сегодня первейшей обязанностью профсоюзных информационных структур является распространение информации о конкретных делах профсоюзов, региональных комитетов и профорганизаций, основанной на честном, содержательном и, если необходимо, критическом анализе их работы. Только такая информация, доступная и понятная членам профсоюзов, воспринятая ими, станет реальной силой и действенной поддержкой профсоюзной работы.

Наряду с определенными результатами в реализации информационной политики в немалом числе членских организаций не действуют должным образом утвержденные Исполкомом ФНПР Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций, которые призваны стать основой для деятельности информационных структур - от «первички» до центральных профсоюзных органов. Не в каждой организации разработаны собственные программы реализации Рекомендаций, позволяющие осуществлять медиа-планирование и эффективное взаимодействие профсоюзных структур. В результате информационная работа продолжает осуществляться разобщенными силами, финансироваться по остаточному принципу и часто не соответствует современному уровню PR-технологий.

Преодоление застойных и иных преград распространения информации внутри профсоюзных структур и доведение аргументированной профсоюзной позиции до широкой общественности, и акцент на работу с мнениями людей – таким должен быть наш ответ на антипрофсоюзную агитацию и пропаганду.

Съезд считает важным для членских организаций ФНПР многократно усилить внимание к информационной работе как действенному инструменту обеспечения единства профсоюзных рядов. Это означает необходимость:

на основе Рекомендаций по информационному взаимодействию профсоюзных организаций обеспечить эффективное функционирование Единой информационной системы профсоюзов. Целенаправленно вести работу по созданию единой базы данных информационных ресурсов всех уровней профсоюзных организаций Федерации Независимых Профсоюзов России;

продолжать взаимодействие с непрофсоюзными СМИ, в том числе электронными, пропагандируя идеалы человека труда, ценности достойного труда и социального партнерства, распространяя профсоюзную идеологию;

активизировать работу по увеличению целевой подписки на центральную профсоюзную газету «Солидарность», исходя из пропорции: один экземпляр – на сто членов профсоюзов, продолжить организацию ее региональных и отраслевых выпусков;

обеспечить улучшение качества и увеличение тиража печатных изданий членских организаций ФНПР;

добиваться создания в каждой членской организации ФНПР профессиональной пресс-службы или должности пресс-секретаря;

совершенствовать систему профессионального обучения информационных работников, продолжить практику проведения Всероссийских семинаров руководителей пресс-центров и редакторов профсоюзных изданий ФНПР, а также семинаров-совещаний информационных работников в федеральных округах с необходимым участием руководителей территориальных профобъединений;

повсеместно внедрять современные информационные технологии, продолжить модернизацию профсоюзных сайтов в Интернете, активизировать деятельность на интернет-форумах, в социальных сетях и блогосфере для обеспечения полноценной и эффективной работы Единой информационной системы профсоюзов;

предусмотреть поэтапное внедрение безбумажных технологий и коммуникационных инструментов для удалённой коллективной работы;

проводить информационные кампании в защиту прав профорганизаций и активистов, в поддержку акций солидарности профсоюзов и, в целом, Федерации Независимых Профсоюзов России.

В сложных социально-экономических реалиях в борьбе за права трудящихся могут победить только сильные профсоюзы. Одним из главных инструментов повышения их эффективности должна стать информационная работа.

**РЕЗОЛЮЦИЯ VII СЪЕЗДА ФНПР
ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЕ
«Информационная работа: ориентир на члена профсоюза»**

05.04.2011

Активная информационная работа - важнейшая часть деятельности российских профсоюзов – должна быть направлена на освещение профсоюзной жизни, воздействие на общественное мнение, агитацию в пользу профсоюзов. Она – неотъемлемый инструмент решения уставных задач, равный по значимости традиционным направлениям профсоюзной работы. Успех информационной работы профсоюзов зависит от эффективного информационного взаимодействия профсоюзных структур всех уровней. Цена «информационного вопроса» – сохранение численности и привлечение новых членов профсоюзов, а по большому счету, будущее профсоюзного движения. Кроме того, информационная работа должна предоставлять члену профсоюза максимум сведений, необходимых ему для осознанного профсоюзного членства.

Проводимая в настоящее время информационная работа пока не достигает поставленных задач. Вместо консолидации финансовых ресурсов и организационных усилий, объединения их на главных направлениях, зачастую имеет место использование устаревших форм работы.

Член профсоюза имеет право получать регулярную, всеобъемлющую, профсоюзно-ориентированную информацию о деятельности как его организации, так и всех российских профсоюзов снизу доверху. Эта информация должна быть доступна и понятна.

Ситуация, когда это право не может быть реализовано, означает что организация, допустившая это ограничение, не полностью выполняет свои обязанности перед членом профсоюза.

Руководствуясь этим принципом, Съезд считает важным для членских организаций ФНПР существенно усилить внимание к информационной работе, как внутри своей организации, так и на межсоюзном уровне. Это означает необходимость:

усилить информационное взаимодействие профсоюзных структур всех уровней и обеспечить на его основе реальное функционирование Единой информационной системы профсоюзов;

назначить в каждой профсоюзной структуре ответственного за информационную работу;

завершить работу по созданию собственных веб-сайтов в Интернете;

оказать необходимую организационно-методическую поддержку профсоюзным организациям, стремящимся создать свои Интернет-сайты;

активнее внедрять новые информационные технологии, социальную рекламу, ориентированную на нужды работников на всех уровнях Единой информационной системы профсоюзов;

качественно увеличить целевую подписку на центральную профсоюзную газету «Солидарность», исходя из пропорции: один экземпляр – на сто членов профсоюза;

активизировать процесс создания региональных выпусков газеты «Солидарность» для увеличения объема местной информации.

Член профсоюза должен иметь профсоюзный билет, колдоговор, газету «Солидарность». В этом случае, у него есть организация, защита и информация.

Примерное положение об информационном подразделении членской организации ФНПР

Рекомендации Департамента общественных связей Аппарата ФНПР

1. Общие положения

1.1. Предметом регулирования настоящего Примерного положения является деятельность информационного подразделения по информационному обеспечению работы членской организации ФНПР, связям с общественностью и взаимодействию со СМИ.

Примерное положение устанавливает полномочия, основные задачи, функции информационного подразделения, руководство им.

1.2. Информационное подразделение членской организации ФНПР (далее информационное подразделение) является структурным подразделением аппарата членской организации ФНПР (далее членской организации) и в своей деятельности руководствуется действующим законодательством Российской Федерации, уставами ФНПР и членской организации, Концепцией информационной политики ФНПР, решениями руководящих профсоюзных органов и утвержденным руководителем членской организации положением об информационном подразделении, разработанным на основе настоящего Примерного положения.

1.3. Информационное подразделение может иметь в своей структуре группы: по связям с общественностью и взаимодействию со средствами массовой информации (далее СМИ); по координации Интернет-, фото-, аудио-, видео- и визуально-графических* проектов, социальной рекламы; редакции печатных изданий, радио- и телепередач.

1.4. Информационное подразделение координирует свою работу со всеми структурными подразделениями аппарата членской организации и взаимодействует с информационными службами (или ответственными за информационную работу) нижестоящих членских организаций на основе его текущих и перспективных планов.

1.5. Информационное подразделение осуществляет сотрудничество с Департаментом общественных связей Аппарата ФНПР, информационными службами других членских организаций ФНПР, пресс-службами ветвей региональных властных структур, общественных и творческих организаций в пределах его полномочий.

1.6. Работа информационного подразделения планируется и строится на основе настоящего Примерного положения, годового и квартальных планов, утверждаемых руководителем членской организации или его

* под визуально-графическими проектами подразумеваются: оформление информационных стендов; подготовка и размещение информации на рекламно-информационных экранах (плазматронах) на улицах и на дисплеях (плазменных панелях) в помещениях; выпуск пропагандистско-агитационной и имиджевой продукции - листовок, флаеров, буклетов, проспектов, плакатов и другой наглядной агитации, сувенирной продукции.

заместителем, осуществляющим полномочия и обязанности по вопросам информационной деятельности, связей с общественностью и взаимодействию со СМИ.

1.7. Работу информационного подразделения курирует руководитель членской организации или его заместитель, осуществляющий полномочия и обязанности по вопросам информационной деятельности, связей с общественностью и взаимодействию со СМИ.

1.8. Штаты, численность и фонд заработной платы информационного подразделения утверждаются коллегиальным исполнительным органом членской организации по представлению руководителя организации.

2. Основные задачи и функции

2.1. Основными задачами информационного подразделения являются: реализация информационной политики ФНПР и членской организации; сбор и анализ информации о развитии профсоюзного движения в отрасли, регионе, о роли и влиянии ФНПР в обществе, содействие развитию информационных структур в профсоюзных органах;

подготовка, выпуск и распространение информационных материалов и информационной продукции в СМИ, Интернете, системе профсоюзных учебных центров, на стендах, рекламных носителях и в доступных общественных местах;

пропаганда целей и задач профсоюзов в СМИ с целью оперативного и достоверного информирования членов профсоюзов, трудящихся о позиции и действиях ФНПР и членской организации;

широкое использование современных технических информационных средств с привлечением возможностей электронных средств массовой коммуникации;

участие в обеспечении эффективной работы информационной системы профсоюзов;

оказание влияния на формирование положительного общественного мнения в отношении профсоюзов путем создания и поддержания современного имиджа ФНПР и членской организации в соответствии с их целями и задачами.

2.2. Информационное подразделение осуществляет:

обобщение материалов к выступлениям руководителей членской организации в СМИ по актуальным вопросам деятельности профсоюзов;

оперативное информирование руководства членской организации об общественной реакции, откликах на решения профсоюзных органов и выступления профсоюзных работников в СМИ;

аккредитацию журналистов для участия в мероприятиях членской организации, пресс-конференциях, брифингах, обеспечение их необходимой информацией для подготовки материалов о действиях ФНПР, членской организации;

организацию и проведение творческих конкурсов на лучшие профсоюзные публикации, лучший сайт, а также семинаров для

информационных работников нижестоящих информструктур членской организаций;

участие в проводимых под эгидой ФНПР всероссийских семинарах-совещаниях для работников информационных подразделений членских организаций или ответственных за информационную работу от организаций, где не созданы информструктуры, а также творческих конкурсах имени радиожурналиста Я.С.Смирнова и лучший сайт в Интернете;

организацию пресс-клубов, круглых столов с представителями СМИ, общественных и творческих организаций;

информационный обмен с профсоюзными изданиями, информационными подразделениями членских организаций и нижестоящих информационных структур членской организации, Департаментом общественных связей Аппарата ФНПР;

регулярное содержательное наполнение профсоюзной информацией сайта членской организации и официального сайта ФНПР в Интернете;

подготовку, выпуск и распространение пресс-релизов, информационных материалов для СМИ, информационной и пропагандистско-агитационной продукции (печатной, аудио-, видео-, цифровой на CD и DVD носителях и др.);

сотрудничество с печатным органом ФНПР – центральной профсоюзной газетой «Солидарность», журналами ФНПР «Профсоюзы и экономика», «Вести ФНПР»;

координацию действий со СМИ, работающими с членской организацией на основе договоров об информационном сотрудничестве, по подготовке материалов к публикации в печатных СМИ и размещению в радио- и телеэфире.

2.3. Работники информационного подразделения обеспечивают выполнение задач, поставленных перед информационным подразделением, проявляют инициативу, вносят предложения руководству членской организации по совершенствованию информационного обеспечения профсоюзной деятельности, содействуют формированию единой информационной системы ФНПР.

2.4. Каждый работник информационного подразделения не допускает распространения служебных материалов и информации, полученных в членской организации, ФНПР, иных профсоюзных органах, без согласования с руководством информационного подразделения.

3. Руководство информационным подразделением

3.1 Информационное подразделение возглавляет руководитель, который назначается и освобождается от должности руководителем членской организации;

3.2. Руководитель информационного подразделения осуществляет общее руководство деятельностью информационного подразделения, организацию и планирование работы входящих в него групп.

3.3. Руководители групп назначаются на должность и освобождаются

от должности по представлению руководителя информационного подразделения распоряжением руководителя членской организации.

3.4. Руководитель информационного подразделения:

является по должности членом редакционного совета и редколлегии печатного органа, радио- и телепередач членской организации;

координирует фото-, аудио-, видео-, визуально-графические и социально-рекламные проекты членской организации, несет персональную ответственность за работу ее официального Интернет-сайта;

несет персональную ответственность за результаты работы информационного подразделения, состояние производственной и трудовой дисциплины.

3.5. В целях осуществления возложенных на информационное подразделение задач его руководитель:

разрабатывает и вносит руководству членской организации предложения о совершенствовании информационного обеспечения профсоюзной деятельности, внедрении в практику действий информационного подразделения новых методов работы и современных технических средств;

взаимодействует с федеральными и региональными СМИ, Департаментом общественных связей ФНПР, информационными подразделениями членских организаций ФНПР, информационными структурами государственных, муниципальных, общественных и творческих организаций;

по поручению руководства членской организации выступает в СМИ с разъяснением решений, позиции и действий членской организации и ее структур;

разрабатывает и вносит предложения руководству членской организации о заключении договоров об информационном сотрудничестве со СМИ, государственными, общественными, творческими организациями, Интернет-компаниями, учреждениями и предприятиями;

обеспечивает рациональное расходование в установленном порядке средств на информационно-пропагандистскую деятельность, эффективное использование технических средств, несет персональную ответственность за их работу и сохранность;

осуществляет подбор и расстановку кадров информационного подразделения, вносит предложения руководству членской организации о заключении трудовых договоров с работниками подразделения, готовит предложения по установлению их должностных обязанностей, обучению и переобучению;

вносит предложения руководству членской организации о привлечении специалистов на временную работу и для выполнения отдельных поручений;

вносит предложения о поощрении работников информационного подразделения и наложении на них взысканий;

утверждает планы работы для групп информационного подразделения, контролирует их выполнение.

Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций

Постановление Исполкома ФНПР от 20.11.2012 № 6-12

В соответствии с Резолюцией VII съезда ФНПР «Информационная работа: ориентир на члена профсоюза» Исполнительный комитет ФНПР постановляет:

1. Утвердить Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций (прилагаются), разработанные Постоянной комиссией Генерального Совета ФНПР по информационной политике и одобренные на общероссийском и региональных семинарах-совещаниях информационных работников ФНПР.

2. Руководителям членских организаций ФНПР:

принять необходимые меры по внедрению в практику данных Рекомендаций, осуществлять постоянное информирование членов профсоюзов и общественности о своей деятельности и деятельности ФНПР;

в срок до 1 апреля 2013 года разработать собственные программы в рамках Единой информационной системы профсоюзов, активно взаимодействуя с территориальными (отраслевыми, межрегиональными) объединениями и организациями профсоюзов.

Приложение к постановлению Исполкома ФНПР от 20.11.2012 № 6-12

Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций

Исходя из установки VII съезда ФНПР о том, что «член профсоюза имеет право получать регулярную, всеобъемлющую, профсоюзно-ориентированную информацию о деятельности как его организации, так и всех российских профсоюзов снизу доверху», организуется информационное взаимодействие всех профсоюзных организаций с обеспечением на этой основе реального функционирования Единой информационной системы профсоюзов. В этой связи предлагается следующая схема для работы на всех уровнях – от первичной профсоюзной организации до Федерации.

1. Первичная профсоюзная организация (первичка) обеспечивает постоянное информирование членов профсоюза в доступной и понятной форме о своей деятельности (прежде всего и наиболее подробно) и важнейших направлениях работы вышестоящих профсоюзных органов, для чего определяет ответственного за это работника (активиста). В малочисленных организациях ведение информационной работы осуществляется председателем первичной профорганизации.

Ответственный за информационную работу:

- планирует свою информационную работу поквартально;
- обеспечивает наличие профсоюзного стенда (для небольших

предприятий – профсоюзного уголка) с регулярным пополнением и обновлением (не реже чем раз в неделю), используя при этом вкладки и другие материалы газеты «Солидарность», иных профсоюзных СМИ;

- использует мероприятия, проводимые как предприятием, так и профсоюзом, для информирования членов профсоюза и работников предприятия, организует на них выступления руководителя первички и его заместителей;

- регулярно проводит информационные собрания членов профсоюза, при этом собрания проводятся также в профгруппах, цехах (при наличии таких подразделений);

- организует подписку на центральную профсоюзную газету «Солидарность» (в количестве не менее одного экземпляра на сто членов профсоюза, для малочисленных организаций (менее 100 человек) – не менее одного экземпляра на организацию), а также – при необходимости – на отраслевые и региональные профсоюзные издания;

- направляет информацию, заслуживающую общественного внимания и пропагандирующую деятельность профсоюза, во внешние и корпоративные СМИ. При этом существенная информация о работе профсоюзной организации должна оперативно поступать в региональную структуру отраслевого профсоюза и региональное профобъединение. Информация по вопросам, требующим поддержки отраслевого профсоюза и регионального профобъединения (коллективные переговоры, акции, конфликты), также должна направляться в центральную профсоюзную газету «Солидарность»;

- организует создание, по возможности, собственного сайта с регулярным обновлением (не реже одного раза в неделю). Информация, размещаемая на сайте, должна оперативно и доступно рассказывать о текущей деятельности профорганизации, в первую очередь по вопросам зарплаты, занятости, условий труда, социально-трудовой тематике;

- при необходимости использует социальные сети, региональные и федеральные интернет-форумы, другие площадки в Интернете для постоянного участия в дискуссиях о роли профсоюзов и организации массовых мероприятий;

- использует для информационной работы возможности предприятия (через коллективный договор), вышестоящих профорганов;

- обеспечивает выпуск (по возможности) собственной профсоюзной информационной продукции (информационных листков, бюллетеней и др.), ориентированной на рядового члена профсоюза;

- устанавливает постоянные контакты с информационными службами вышестоящих профсоюзных органов, регулярно получает от них текущие информационные материалы и передает, со своей стороны, информацию о работе первички, о социально-трудовых отношениях на предприятии;

- иницирует организацию очных дискуссионных площадок для молодых членов профсоюза, на которых обсуждаются новые идеи, предложения по развитию профсоюзного движения на предприятии и их реализация.

Для ответственного за информационную работу в первичной профсоюзной организации важно:

- знать важнейшие направления профсоюзной работы (предприятие, отрасль, регион, страна) на текущий момент,
- обладать навыками публичного выступления перед аудиторией,
- знать общие принципы работы со СМИ (внутренними и внешними),
- уметь работать с Интернетом, электронной почтой, размещать информацию в блогосфере.

Организация обучения и повышение квалификации ответственных за информационную работу находится в компетенции как первичной профсоюзной организации, так и вышестоящих профсоюзных структур.

2. Территориальная организация профсоюза (Обком) - республиканская, краевая, областная, дорожная, бассейновая, городская, районная - несет ответственность за ведение первичными профсоюзными организациями информационной работы с членами профсоюза, регулярно контролирует организацию данной работы в первичке; обязана оказывать практическую помощь в этой работе, регулярно проверяет (не реже чем раз в год) состояние информработы в первичках, контролирует сроки распространения информации и доведение ее до членов профсоюза.

В первичках, где нет освобожденных профсоюзных работников, Обком несет прямую ответственность за организацию и проведение информационной работы.

Кроме этого, Обком:

- создает информационное подразделение (пресс-центр, отдел, группу), либо – при отсутствии необходимых ресурсов – назначает ответственного за информационную работу и заключает соглашение о взаимодействии с информационным подразделением соответствующего регионального профсоюзного объединения;

- проводит смотры-конкурсы на лучшую постановку информационной работы и лучшие профсоюзные издания в «подведомственных» первичках. Смотр-конкурс должен оценивать, в первую очередь, не количественные, а качественные характеристики осуществляемой информационной работы;

- организует обучение информационных работников или ответственных за информационную работу из нижестоящих профсоюзных организаций;

- направляет наиболее важную информацию о работе профсоюзных организаций во внешние и корпоративные СМИ. При этом данная информация должна оперативно поступать в информационное подразделение отраслевого профсоюза и регионального профобъединения. Информация по вопросам, требующим поддержки отраслевого профсоюза и регионального профобъединения (коллективные переговоры, акции, конфликты), также должна направляться в центральную профсоюзную газету «Солидарность»;

- активно использует профсоюзную атрибутику на различных мероприятиях;

- включает в свои положения о конкурсах и наградах для профсоюзных

организаций и активистов пункт об уровне подписки на центральную профсоюзную газету «Солидарность»;

- заслушивает на заседаниях своего руководящего органа вопросы информационного обеспечения работы профсоюза, включая ее конкретное содержание и материально-техническое обеспечение в первичках, вносит соответствующие предложения (обращения) в Общероссийский, межрегиональный профсоюз (ОП) и Территориальное объединение организаций профсоюзов (ТООП);

- организует в преддверии или по итогам важных мероприятий, привлекая при необходимости структуры отраслевого профсоюза и регионального профобъединения, пресс-конференции, круглые столы, выездные приемы с участием представителей отраслевых министерств, ведомств и надзорных органов.

Обком осуществляет взаимодействие с «подведомственными» первичками, а также с ОП и ТООП, подготавливает (в согласованные сроки) для них блоки информации, в которые входили бы:

- для Первички – материалы о деятельности Обкома и вышестоящих профсоюзных структур; обобщенный материал, представляющий интерес для первичек, по «информации с мест»; а также материалы, получаемые от ОП и ТООП;

- для ОП - обобщенный материал о деятельности Обкома и входящих в его состав первичек с «отраслевыми» предложениями;

- для ТООП - обобщенный материал о деятельности Обкома и входящих в его состав первичек с «региональными» предложениями.

3. Общероссийский, межрегиональный профсоюз (ОП) обеспечивает постоянное информирование членов профсоюза и общественности о своей деятельности и деятельности ФНПР, разрабатывает собственную программу в рамках Единой информационной системы профсоюзов, активно взаимодействуя с территориальными объединениями организаций профсоюзов.

Кроме этого:

- проводит ежегодный мониторинг: наличия и состояния информационных кадров, интернет-сайтов в своих территориальных организациях (обкомах), ведущих первичных профсоюзных организациях; печатных профсоюзных периодических изданий, внедрения новых информационных технологий, социальной рекламы; результатов подписки на газету «Солидарность»;

- создает и развивает интернет-сайт. Развитие интернет-сайта включает в себя поддержку актуальной информации о профсоюзе, регулярное (не реже чем раз в неделю) обновление текущей информации, развитие новых форм распространения информации (подкасты, интернет-видео);

- при необходимости выпускает собственное профсоюзное издание. Выпуск своего издания не может подменять распространение информации о работе профсоюза через газету «Солидарность», контроль за расширением подписки среди первичных организаций;

- проводит пресс-конференции и выступления руководителей ОП во внешних и профсоюзных СМИ;

- взаимодействует в рамках социального партнерства с пресс-службами соответствующих органов власти и объединений работодателей;

- разрабатывает и выпускает презентационную и имиджевую продукцию ОП, при необходимости используя помощь Департамента общественных связей ФНПР, газеты «Солидарность»;

- информирует свои территориальные организации и ведущие первички о позиции ФНПР по значимым для работников и граждан страны вопросам, о проводимых общероссийских акциях, кампаниях солидарности и других важных мероприятиях профсоюзов. Это информирование должно осуществляться как непосредственно – с помощью ресурсов самого ОП, так и опосредованно – через расширение распространения газеты «Солидарность». Осуществляя информационную поддержку акций, отраслевой профсоюз централизованно использует все имеющиеся ресурсы для максимально широкого и эффективного проведения кампаний в профсоюзных и внешних СМИ;

- обеспечивает обмен информационными материалами со своими обкомами (в ряде случаев и с первичками) и ФНПР, подготавливая для них блоки информации, в которые входили бы:

для Обкомов – важнейшие отраслевые общероссийские (межрегиональные) материалы, обобщенный материал по «информации с мест» (от обкомов и первичек), а также по материалам, получаемым от ФНПР;

для ФНПР - обобщенный материал о деятельности ОП и отраслевых профсоюзных СМИ (представляющий интерес для других ОП – членских организаций ФНПР) с учетом материалов по «информации с мест», с постановкой предложений ОП.

4. Территориальное объединение организаций профсоюзов (ТООП) субъектов РФ разрабатывает региональную программу информационного взаимодействия с ОП, Обкомами и Первичками, координирует информационную деятельность и оказывает практическую помощь своим членским организациям во внедрении современных информационных технологий, ежегодно организует экспертизу ресурсов и кадров информационных структур Обкомов, использования новых информационных технологий, социальной рекламы, а также результатов подписки на газету «Солидарность» (в динамике по полугодиям) в членских и первичных организациях.

Кроме этого:

- своевременно и в полном объеме информирует ОП, ФНПР, газету «Солидарность» о существенных (в том числе и проблемных) фактах и событиях, имеющих отношение к профсоюзной работе, социально-трудовым отношениям;

- ежегодно проводит мониторинг и создает базу данных информационных ресурсов членских организаций, распространяет ее среди внешних СМИ, членов профсоюзов;

- выпускает свои профсоюзные передачи на местных радио и телевидении;

- ориентирует профсоюзные СМИ на проблемно-дискуссионное содержание, представляющее интерес для профсоюзной аудитории и несоюзной общественности;

- стремится к созданию региональных выпусков газеты «Солидарность»;

- активно привлекает руководителей ТООП, Обкомов, ведущих первичек и подготовленных профсоюзных экспертов к участию в программах региональных и федеральных СМИ;

- организует в преддверии или по итогам важных мероприятий пресс-конференции, круглые столы, выездные приемы с участием представителей отраслевых министерств, ведомств и надзорных органов;

- контролируя выполнение работодателями трудового законодательства, организует работу «горячих» телефонных линий для консультаций граждан; круглосуточное информирование населения о возможности обращения в органы надзора с указанием адресов и телефонов этих органов; в рамках социальной рекламы размещает данные номера телефонов на баннерах, экранах, сайтах, в газетах и информационных уголках предприятий и организаций;

- продвигает внесение в территориальные и республиканские трехсторонние соглашения положения о безвозмездном сотрудничестве профсоюзных структур с печатными и электронными СМИ. В рамках данного соглашения создает социальные видеоролики о правах работников для демонстрации на уличных экранах и на телевидении; организует цикл передач на телевидении, показывающих проблемы в сфере трудового законодательства, а также участие профсоюзных активистов в специальных телевизионных выпусках, размещение информации на уличных баннерах;

- обеспечивает обмен информационными материалами с обкомами и ФНПР, подготавливая для них блоки информации, в которые входили бы:

- для Обкомов – важнейшие региональные материалы, включая решения руководящих органов ТООП и ФНПР, обобщенный материал по «информации с мест» (от Обкомов и первичек), а также по информационным пакетам, получаемым от ФНПР;

- для ФНПР - обобщенный материал о деятельности ТООП и региональных профсоюзных СМИ (представляющий интерес на общероссийском уровне) с учетом материалов по «информации с мест».

5. Представительство ФНПР в Федеральном округе участвует в постоянном информировании членов профсоюзов и общественности о работе ФНПР и своей деятельности, для чего:

- устанавливает постоянные контакты с информационными службами ФНПР и ТООП, имеет постоянный доступ в Интернет;

- информирует оперативно ОП, ФНПР, газету «Солидарность» и внешние СМИ о важных событиях в профсоюзной работе и социально-трудовой сфере в Федеральном округе;

- осуществляет регулярное пополнение и обновление (не реже чем один раз в две недели) своего раздела на сайте ФНПР;

- использует социальные сети и другие площадки в Интернете для участия в дискуссиях о роли профсоюзов;

- организует совместно с ФНПР окружные семинары для информационных работников местных профсоюзных структур;

- проводит конкурсы профсоюзной прессы по согласованной тематике.

6.ФНПР обеспечивает выполнение решений уставных органов Федерации по информационной политике, для чего:

- организует информационное взаимодействие профсоюзных структур, входящих в ФНПР, работу официального сайта ФНПР, его регулярное (ежедневное) обновление; функционирование на радиостанции «Радио России» программы «Профсоюзные вести»;

- разрабатывает предложения по информационной политике профсоюзов, вносит их на рассмотрение в соответствующую Постоянную комиссию Генсовета ФНПР и руководству ФНПР;

- анализирует выполнение членскими организациями основных документов ФНПР по информационной политике;

- использует социальные сети и другие площадки в Интернете для пропаганды профсоюзов;

- проводит: пресс-конференции и выступления Председателя ФНПР и его заместителей в федеральных и других СМИ, теле- и радиопрограммах;

- организует обучение и обмен опытом редакторов профсоюзных СМИ и информационных работников членских организаций; мониторинг СМИ, в том числе ресурсов Интернета;

- проводит конкурсы ФНПР в области журналистики и содержания профсоюзных сайтов; мониторинг и издание базы данных информационных ресурсов членских организаций, распространяет ее среди членских организаций;

- обеспечивает изготовление и распространение средств профсоюзной агитации: видео, печатных материалов и другой рекламной продукции. Оказывает поддержку членским организациям в создании и распространении такой продукции;

- направляет членским организациям для работы и использования в печати информационные пакеты с сообщениями о профсоюзных акциях, статьями, комментариями, интервью, заявлениями уставных органов ФНПР;

- издает в помощь членским организациям материалы о текущих задачах профсоюзного движения, а также книги и брошюры по теории и практике профсоюзной работы, истории рабочего движения; является учредителем общероссийских профсоюзных изданий.

Примечание:

- периодичность обновления «обменных» информационных материалов, блоков и пакетов на всех уровнях информационного взаимодействия - от недели до месяца (по решению руководителя соответствующего профсоюзного органа);

- на каждом уровне (Первичка-Обком-ОП-ТООП-Представительство-ФНПР) определяется финансирование информационной работы в размерах не менее 5% от бюджета профсоюзной структуры;

- информационные работники всех уровней в порядке, устанавливаемом руководителем соответствующего профсоюзного органа, постоянно участвуют в дискуссии в Интернете по материалам и статьям, касающимся профсоюзов.

Основные руководящие документы ФНПР по информационной политике:

- Постановление Генерального совета ФНПР от 26 октября 2016 года №5-4 «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР».
- Резолюция IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов».
- Постановление Исполкома ФНПР от 20.11.2012 № 6-12 «О Рекомендациях по информационному взаимодействию профсоюзных организаций».
- Концепция информационной политики ФНПР – новая редакция (постановление Генерального совета ФНПР от 18 февраля 2004 года).

Минимальный стандарт информационного обеспечения для общероссийских, межрегиональных профсоюзов

- Наличие информационного подразделения (пресс-службы, отдела, пресс-секретаря).

- Программа Профсоюза по информационному обеспечению и взаимодействию профсоюзных организаций, предусматривающая: нормативы по ведению информационной работы в территориальных, первичных и иных организациях Профсоюза, а также механизм информационного обмена между ними (не реже одного в месяц) и контроль за обеспечением этого обмена; размеры финансирования информационно-пропагандистской работы.

- Мероприятия по организации подписки на Центральную профсоюзную газету «Солидарность», исходя из пропорции: не менее одного экземпляра на сто членов профсоюза.

- Информационные сообщения ФНПР и Профсоюза, разъясняющие их официальную позицию по наиболее актуальным вопросам, для территориальных, первичных и иных организаций Профсоюза (не реже одного в месяц).

- Мониторинг информационных ресурсов территориальных, первичных и иных организаций Профсоюза для формирования соответствующей базы данных (ежегодно).

- Участие Профсоюза и его территориальных, первичных и иных организаций в информационно-пропагандистских мероприятиях, конкурсах ФНПР и территориальных объединений организаций профсоюзов.

- Обновление интернет-сайта Профсоюза (не реже одного раза в неделю). Оказание помощи территориальным, первичным и иным организациям Профсоюза в обеспечении работы их интернет-сайтов и осуществление контроля за этой работой.

- Направление информационных сообщений в Департамент общественных связей Аппарата ФНПР о событиях, которые требуют освещения на федеральном уровне.

- Взаимодействие с федеральными, ведомственными, корпоративными, многотиражными средствами массовой информации, включая электронные СМИ. Оценка эффективности по количеству публикаций, выступлений и цитирования (ежеквартальное формирование дайджеста публикаций о содержательных событиях профсоюзной жизни, а также перечня публикаций в СМИ, подготовленных на основе информационных сообщений ДОС Аппарата ФНПР и материалов газеты «Солидарность»).

** Минимальный стандарт является рекомендательной основой (руководством) при подготовке периодических планов и программ Профсоюза по проведению информационной и пропагандистской работы.*

Минимальный стандарт информационного обеспечения для территориальных объединений организаций профсоюзов

- Наличие информационного подразделения (пресс-службы, отдела, пресс-секретаря).
- Программа Профобъединения по информационному обеспечению и взаимодействию профсоюзных организаций, предусматривающая: нормативы по ведению информационной работы в членских организациях Профобъединения, а также механизм информационного обмена с ними (не реже одного в месяц) и контроль за обеспечением этого обмена; оказание помощи членским организациям в обеспечении информационного обмена с первичными профсоюзными организациями; размеры финансирования информационно-пропагандистской работы.
- Мероприятия по организации подписки на Центральную профсоюзную газету «Солидарность», исходя из пропорции: не менее одного экземпляра на сто членов профсоюза.
- Информационные сообщения ФНПР и Профобъединения, разъясняющие их официальную позицию по наиболее актуальным вопросам, для членских организаций Профобъединения (не реже одного в месяц).
- Мониторинг информационных ресурсов членских организаций Профобъединения для формирования соответствующей базы данных (ежегодно).
- Участие Профобъединения и его членских организаций в информационно-пропагандистских мероприятиях, конкурсах ФНПР и общероссийских, межрегиональных профсоюзов.
- Обновление интернет-сайта Профобъединения (не реже одного раза в неделю). Оказание помощи членским организациям Профобъединения в обеспечении работы их интернет-сайтов и осуществление контроля за этой работой.
- Направление информационных сообщений в Департамент общественных связей Аппарата ФНПР о событиях, которые требуют освещения на федеральном уровне.
- Взаимодействие с региональными, ведомственными, корпоративными многотиражными средствами массовой информации, включая электронные СМИ. Оценка эффективности по количеству публикаций, выступлений и цитирования (ежеквартальное формирование дайджеста публикаций о содержательных событиях профсоюзной жизни, а также перечня публикаций в СМИ, подготовленных на основе информационных сообщений ДООС Аппарата ФНПР и материалов газеты «Солидарность»).

** Минимальный стандарт является рекомендательной основой (руководством) при подготовке периодических планов и программ Объединения по проведению информационной и пропагандистской работы.*

**Постановление Генсовета ФНПР
от 26 октября 2016 года № 5-4**

**О состоянии информационной работы в ФНПР,
ее членских организациях и задачах на предстоящий период
в свете решений IX съезда ФНПР**

В соответствии с Концепцией информационной политики ФНПР, постановлениями Генерального Совета ФНПР № 4-6 от 29.01.2008 и Исполнительного комитета ФНПР № 6-12 от 20.11.2012, а также резолюцией IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов» в ФНПР и ее членских организациях уделяется значительное внимание совершенствованию информационной составляющей уставной деятельности.

Генеральный Совет ФНПР отмечает, что реализация информационной политики способствует выполнению задач по защите законных прав и интересов трудящихся и членов их семей, распространению профсоюзной идеологии, росту авторитета профсоюзов в обществе, мотивации профсоюзного членства и организационному укреплению профсоюзных рядов.

В средствах массовой информации чаще стали появляться концептуальные теле-радиоматериалы и публикации о деятельности Федерации Независимых Профсоюзов России. Во многих членских организациях ФНПР состоялись заседания коллегиальных органов, принявших решения по повышению качества и действенности работы их печатных органов, теле-радиопрограмм и Интернет-сайтов.

Официальный сайт ФНПР, Центральная профсоюзная газета «Солидарность», Единая система информационных ресурсов ФНПР информируют общественность об острых проблемах в социально-трудовой сфере и реальных достижениях российских профсоюзов в борьбе за права трудящихся – от масштабных общероссийских коллективных акций до повседневной работы первичных профсоюзных организаций.

Федерации Независимых Профсоюзов России и ее членским организациям необходимо переходить к мерам реализации наступательной пропагандистской и контрпропагандистской политики.

Вместе с тем информационно-пропагандистская работа еще не утвердилась большинством профсоюзных организаций в числе приоритетных направлений. В профсоюзной среде информационные ресурсы используются недостаточно результативно, а критические публикации на искоренение недостатков воспринимаются зачастую болезненно.

Рядом членских организаций не выполнено в полном объеме постановление Генерального Совета ФНПР № 4-6 от 29.01.2008 «О задачах по совершенствованию информационной работы ФНПР»: не созданы подразделения по связям с общественностью, не учреждены печатные органы и не открыты сайты в Интернете.

Остаются невыполненными резолюции VII и IX съездов ФНПР об организации целевой подписки на Центральную профсоюзную газету «Солидарность».

В целях устранения указанных недостатков, безусловной реализации Концепции информационной политики ФНПР и решений IX съезда ФНПР по совершенствованию информационной работы профсоюзов в современных условиях, Генеральный Совет ФНПР постановляет:

1. Информационно-аналитическую записку «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР» принять к сведению (прилагается).

2. Исполнительному комитету ФНПР:

2.1 считать приоритетными задачами в области информационной политики концентрацию усилий по взаимодействию с федеральными, особенно, электронными СМИ, усиление пропагандистской и контрпропагандистской работы, дальнейшее развитие собственных информационных ресурсов ФНПР; обеспечить безусловное выполнение решений IX съезда ФНПР, развивающих Концепцию информационной политики ФНПР;

2.2 объявить 2017 год «Годом профсоюзной информации», разработать план мероприятий по его проведению.

3. Общероссийским, межрегиональным профсоюзам:

3.1 развивать взаимодействие с федеральными, ведомственными, корпоративными, многотиражными средствами массовой информации; особое внимание уделять взаимодействию с электронными СМИ для информационно-пропагандистского обеспечения профсоюзной деятельности;

3.2 поручить территориальным организациям профсоюза (республиканским, краевым, областным и городским комитетам) проведение мониторинга информационных ресурсов. На основании полученной информации сформировать базу информационных ресурсов профсоюза и разработать программу по реализации Рекомендаций Исполкома ФНПР № 6-12 от 20.11.2012 по информационному взаимодействию профсоюзных организаций;

3.3 обеспечить профсоюз подразделением пресс-службы или должностью пресс-секретаря. Определить руководителя (председатель или заместитель председателя), который несет персональную ответственность за реализацию информационной работы;

3.4 принять меры по увеличению подписки на Центральную профсоюзную газету «Солидарность», исходя из пропорции: один экземпляр газеты не менее чем на сто членов профсоюза;

3.5 поднять качественный уровень и тиражи имеющихся периодических изданий, а в случае их отсутствия учредить отраслевую вкладку в Центральную профсоюзную газету «Солидарность». Определить квоты на распространение профсоюзных изданий в отрасли;

3.6 совершенствовать работу сайта профсоюза в Интернете; обеспечить проведение организационно-технических работ, необходимых для осуществления Интернет-видеоконференций и прямых трансляций мероприятий ФНПР. Изучить вопрос разработки и перспективного внедрения технологии клон-сайтов в структуре среднего и первичного звеньев. Организациям, не имеющим сайта в Интернете, создать данный ресурс не позднее первого квартала 2017 года.

4. Территориальным объединениям организаций профсоюзов:

4.1 рекомендовать территориальным организациям профсоюзов (республиканским, краевым, областным и городским комитетам) провести мониторинг информационных ресурсов. С целью реализации Рекомендаций Исполкома ФНПР № 6-12 от 20.11.2012 по информационному взаимодействию профсоюзных организаций сформировать соответствующую базу данных и разработать программу профобъединения по информационному взаимодействию профсоюзных организаций;

4.2 обеспечить территориальные объединения организаций профсоюзов подразделением пресс-службы или должностью пресс-секретаря. Определить руководителя (председатель или заместитель председателя), который несет персональную ответственность за реализацию информационной работы в регионе;

4.3 обеспечить увеличение подписки на Центральную профсоюзную газету «Солидарность», исходя из пропорции: один экземпляр газеты не менее чем на сто членов профсоюзов;

4.4 определить квоты на распространение профсоюзных изданий в регионе, оптимизировать деятельность действующих периодических изданий, а в случае их отсутствия учредить региональную вкладку в Центральную профсоюзную газету «Солидарность», либо осуществлять региональные выпуски газеты «Солидарность»;

4.5 совершенствовать работу веб-ресурса территориальных объединений организаций профсоюзов; обеспечить проведение организационно-технических работ, необходимых для осуществления Интернет-видеоконференций и прямых трансляций мероприятий ФНПР.

5. Молодежным советам членских организаций ФНПР:

принимать активное участие в реализации информационной политики ФНПР, что включает в себя личное доведение информации до членов профсоюзов, работу с информационными инструментами на предприятиях (профсоюзные стенды и т.п.), распространение профсоюзной печати, работу в социальных сетях.

6. Академии труда и социальных отношений, Санкт-Петербургскому Гуманитарному университету профсоюзов:

разработать и ввести специальный курс подготовки (повышения квалификации) кадров, работающих в информационных подразделениях профсоюзных организаций, включив в данный курс современные разработки в области PR-технологий, основы социологии, психологии, информатики, рекламы и т.д.

7. Департаменту общественных связей Аппарата ФНПР:

7.1 активизировать взаимодействие с внешними федеральными средствами массовой информации. Осваивая передовые информационные методики и технологии, вести наступательную пропагандистскую и контрпропагандистскую работу. Начать регулярное проведение пресс-конференций с освещением позиции ФНПР по актуальным социальным и трудовым проблемам;

7.2 на основе Рекомендаций Исполкома ФНПР № 6-12 от 20.11.2012 по информационному взаимодействию профсоюзных организаций реализовать функцию координационного центра Единой информационной системы профсоюзов. Продолжать практику организации и проведения Всероссийских семинаров информационных работников ФНПР;

7.3 на основании результатов мониторинга, проведенного общероссийскими межрегиональными профсоюзами и территориальными объединениями организаций профсоюзов, сформировать единую базу информационных ресурсов членских организаций ФНПР.

8. Редакциям Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» и «Профсоюзного журнала»:

8.1 обеспечить конкурентоспособность на современном рынке масс-медиа путем повышения качества, расширения тематики и адресности публикаций, соблюдения баланса пропаганды и публицистики, соответствия современным требованиям художественного оформления. Разработать меры по увеличению тиража изданий;

8.2 рассмотреть возможность приобретения электронного варианта газеты «Солидарность» по заявкам членских организаций ФНПР.

9. Департаменту управления делами Аппарата ФНПР:

предусмотреть поэтапное внедрение безбумажных технологий и коммуникационных инструментов для удаленной коллективной работы. Осуществить организационно-техническое обеспечение проведения регулярных Интернет-видеоконференций с участием общероссийских межрегиональных профсоюзов, территориальных объединений организаций профсоюзов и широкого профсоюзного актива.

10. Контроль за исполнением настоящего постановления возложить на первого заместителя Председателя ФНПР Некрасова С.Г.

**Доклад секретаря ФНПР, главного редактора
Центральной профсоюзной газеты «Солидарность»
А. В. Шершукова
на Генеральном Совете ФНПР 26.10.2016 г.**

Уважаемые товарищи!

В предложенной вам информационной записке содержатся основные цифровые параметры, характеризующие количественный уровень развития информационной работы в ФНПР на уровне центрального аппарата и в ее членских организациях.

Грубо говоря, общее число и динамика изменений этого числа профсоюзных печатных и электронных СМИ. Тем не менее, эти числа не всегда характеризуют качественную ситуацию в информационной работе, и - что еще более важно - качественные проблемы этой работы. И уж совершенно они не затрагивают такую сложную вещь, как методы, эффективно разрешающие эти проблемы. Не имитирующие разрешение, а разрешающие.

Последнее, с моей точки зрения, является самым важным. По большому счету, все мы, хотя бы интуитивно и в общем смысле, понимаем проблемы, как профсоюзного движения в целом, так и в частности - информационной работы. Стали общим утверждением тезисы - начиная от "кто владеет информацией - владеет миром" до заявлений о необходимости развития информработы. В большинстве случаев эти утверждения не имеют ничего общего с реальным разрешением проблем. Точно также в документах коллегиальных органов, оценивающих проблемы информработы и предлагающих методы разрешения этих проблем, очень часто либо мало конкретики, либо конкретные предложения регулярно не реализуются в отведенные сроки.

Приведу пример. Понятно, что мы все карлики на плечах гигантов, готовящих предыдущие постановления, поэтому я посмотрел документ Генсовета 2008 года (в прошлый раз Генсовет рассматривал вопрос информационной работы восемь лет назад), где давались конкретные поручения различным профсоюзным структурам.

Вот некоторые поручения, которые были зафиксированы с конкретной временной привязкой.

Цитата: "всемерно поддерживать деятельность центральной профсоюзной газеты «Солидарность», журналов ФНПР «Профсоюзы и экономика» и «Вести ФНПР», печатных органов общероссийских профсоюзов и территориальных объединений организаций профсоюзов ФНПР, разработав комплекс мер, направленных на увеличение подписки на периодические издания членских организаций ФНПР и развитие, там, где это целесообразно, практики региональных выпусков газеты «Солидарность». Срок: до конца 2008 года".

Цитата: "направить усилия на решение проблем... обязательного подключения к сети Интернет и создания собственного веб-ресурса;

изучения вопроса разработки и перспективного внедрения технологии клон-сайтов в структуре среднего и первичного звена общероссийских профсоюзов; проведения организационно-технических работ по обеспечению проведения прямых трансляций мероприятий ФНПР Интернет-видеоконференций. Срок: второе полугодие 2009 года",

Цитата: "обеспечения каждого уровня профсоюзной структуры подразделением пресс-службы или должностью пресс-секретаря, укомплектовав подразделение компьютерной техникой и профессиональными кадрами; обеспечения увеличения подписки на центральную профсоюзную газету «Солидарность» и информационно-аналитический журнал ФНПР «Профсоюзы и экономика». Срок: до конца 2008 года".

Цитата: "разработать и ввести специальный курс подготовки (повышения квалификации) кадров, работающих в информационных структурах профсоюзов, включив в данный курс современные разработки в области PR-технологий, основы социологии, психологии, информатики, рекламы и т.д. Срок: второе полугодие 2008 года; создать учебную видеостудию для производства документальных фильмов о мероприятиях, проводимых ФНПР и ее членскими организациями, в том числе коллективных действий профсоюзов. Срок: май 2008 года". И так далее.

Все предложения очень правильные. Вопрос в том - почему они не были реализованы? Дело не в исполнительской дисциплине. Суть в том, что отдельные мероприятия невозможно выполнить без качественного изменения отношения к теме информработы, без принятия аналогичных решений в членских организациях ФНПР, без контроля за реализацией этих решений и без ответственности за невыполнение. Скажем, откроет профсоюзный ВУЗ спецкурс подготовки кадров работающих в информструктурах, как было изложено в вышеназванном постановлении. Дело вроде бы полезное. А кто туда приедет учиться, если регион или отраслевой профсоюз на это не выделит финансов? Сейчас ситуация обстоит так, что выделение или невыделение денег на информационную работу является не элементом последовательной политики, а совершенно ситуационным действием.

За решением в области информполитики должны идти деньги и ответственность. Если денег нет и ответственности нет - можно принимать любые решения. Они не будут реализованы.

Почему не идут деньги и ответственность?

На мой взгляд, потому что несмотря на общепринятые утверждения о важности и нужности информационной работы, она остается в положении бедной родственницы, которая служит на посылах по совершенно разным поводам и которую при этом постоянно подозревают в мелких кражах родового серебра и гулянках.

Пример. Никто и никогда не пытается вменить в обязанность профсоюзному бухгалтеру оценку социально-экономической ситуации в регионе на том основании, что он тоже считает цифры. Но является общей практикой, когда информационный работник должен уметь верстать газету,

выступать на радио и организовать встречу с представителями СМИ. Хотя это совершенно разный функционал. И совершенно разные специальности. А попытки совместить в одном лице информработника и жнеца и швеца - чтобы сэкономить - приводят к тому, что жнут, и шьют зачастую плохо.

Но и это - частность.

Представляется, что есть серьезное недопонимание того для чего в принципе необходима информационная работа в профорганизации. Обычно она рассматривается в отрыве от организационной работы и мотивации профсоюзного членства. Как некая формальность. Вроде должен быть пресс-центр. Вроде бы нужна газета.

Если же попытаться проанализировать три этих направления в комплексе - информработу, оргработу и мотивацию, а точнее - их проблемные точки, то многое становится на места.

Почему при проведении профсоюзные акций, региональные профструктуры зачастую опираются на административный ресурс (и мы об этом знаем, это не является секретом)? Потому что людей трудно привлечь к добровольному и активному участию в пикетах, митингах и демонстрациях. Почему сложно привлечь? Не только из-за технических сложностей. Потому что они не убеждены в правильности и эффективности этих акций. Почему не убеждены? Потому что либо не убеждали, либо убеждали формально и непрофессионально.

Почему после повышения зарплаты на предприятии люди выходят из профсоюза, чтобы не платить увеличившиеся профвзносы? Потому что они не убеждены в наличии прямой связи между работой профсоюза и повышением зарплаты. То есть им об этом говорили, но не убедили.

Почему люди не вступают в профсоюз? Потому что они не убеждены в том, что это эффективно, что это моральная ценность за которую нужно держаться и ради которой нужно иногда претерпевать некоторые или многие неудобства. Потому что - повторюсь - они в этом не убеждены.

Да, иногда их информируют. Но эти формы информирования не убеждают.

Почему так происходит? Считаю, что причин несколько. Но главной является следующая: система убеждения (читай, информационной работы) у нас не отстроена.

Несмотря на то, что в масштабе ФНПР заявлена Единая информационная система профсоюзов, в настоящий момент единой она не является. Продолжая аналогию с организационной работой, информационная работа реализуется на каждой территории и в каждом отраслевом профсоюзе по своему - от более эффективных форм до имитации, в каждом отраслевом профсоюзе также по своему, это относится и к уровню региональных комитетов профсоюзов и к уровню первичных профсоюзных организаций.

Можно конечно сказать, что так отражается отраслевая или региональная специфика. Но эта специфика никак не мешает членам профсоюза читать одни и те же общепопулярные издания или смотреть

центральные телеканалы, где кстати профсоюзная тема появляется редко. Но только речь заходит о единых методах информирования, пропаганды и агитации в пользу профсоюзной идеи - которые за счет стандартизации приобретают мультипликативный эффект - как сразу звучат аргументы о специфике. Как будто и зарплату наши работники получают не рублями всюду - а в Новгороде серебром, а в Сибири куницами.

Древнее выражение "кто владеет информацией - владеет миром" на уровне многих региональных организаций превратилось в циничное "кто скрывает информацию - владеет своей организацией". Поясню. Нередко приезжая в регион из уст руководителей комитета отраслевого профсоюза можно слышать "Чем занимается ФНПР? Чем занимаются профсоюзы на уровне России?".

Такой вопрос не мог появиться у того, кто регулярно читает центральные профсоюзные издания, интернет-сайт ФНПР. Сложилась ситуация, когда можно свою личную неграмотность возводить в достоинство, адресуя претензии, образно говоря, в Москву. Если этого не знает председатель обкома, если на территории региона выписан один экземпляр газеты "Солидарность", если можно заявлять что на агитацию и пропаганду нет денег, возникает вопрос: "на что они есть?". И возникает убеждение, что и эти деньги скоро окончатся. За отсутствием членских взносов.

На уровне большинства регионов профсоюзные СМИ и информационные службы поставлены в ситуацию, когда они вынуждены либо выцыганивать деньги на свое существование, либо заниматься имитацией работы целиком или по ряду направлений. Я хочу с этой трибуны напомнить, что издание профсоюзной газеты раз в месяц или еще реже тиражом в тысячу экземпляров на 4 страницы - является имитацией профсоюзной работы. Особенно, если при этом она складывается в кабинетах, не попадает в первички, и даже цели такой не ставится.

Как главный редактор газеты "Солидарность" не могу не сказать о проблеме подписки. Решений двух съездов ФНПР о минимальном уровне подписки "один экз газеты не менее чем на сто членов профсоюзов" оказалось явно недостаточно. На страницах газеты мы публиковали процент выполнения этих резолюций на уровне регионов и всей России. В масштабах страны мы добились выполнения нижней планки подписки на уровне около 16%. То есть один экземпляр газеты "Солидарность" поступает даже не одному из ста членов профсоюзов (что кстати, не очень много), а примерно одному из 800 членов профсоюзов. При этом нужно учитывать, что бюджет газеты на 80 процентов складывается из подписки и только примерно на 20 процентов из дотаций учредителей. Мы стараемся предоставлять профсоюзной аудитории полезную информацию. В том числе выступая организаторами и кампаний солидарности в поддержку профорганизаций, и различных мотивационных конкурсов. Так сказать и поем, и пляшем. Но весело нам, как изданию, находящемуся по сути в рыночных условиях, далеко не всегда.

Как историк по образованию, приведу одну историю о том - как закончился рынок в виде НЭПа в Советском Союзе и началась коллективизация. В 1927 году после провала хлебозаготовок, зажиточный крестьянин не продал государству зерно, выжидая более выгодной цены. Возникла угроза голода. И все советское правительство уехало в регионы, уговаривать кулаков. Приехал товарищ Сталин в Алтайский край, беседует с жителями, уговаривает продать (не отдать а продать) хлеб. А один зажиточный хлебороб ему говорит: "А ты, рябой, попляши, тогда может и продам хлебушек". На этом НЭП в общем-то и закончился. Началась коллективизация. Вот примерно также ласковыми уговорами и рекомендациями, песнями и плясками мы пытаемся вести информационную работу и подписывать на газету. К сожалению, не обладая возможностями и, наверное, способностями товарища Сталина.

Нужно прямо признать - в формате рекомендаций информационная работа, извините за тафтологию, не работает. К слову сказать, на мой взгляд, точно так же не работает в формате рекомендаций и организационная работа. Я могу еще представить, что ФНПР рекомендует нечто своим членским организациям. Однако, когда отраслевой профсоюз - гораздо более централизованная структура - дает своим комитетам и первичкам только рекомендации, а не прямые распоряжения, мы должны понимать сразу - эти рекомендации скорее всего не будут выполнены.

Нужны ответственные решения с контролем за исполнением. Причем с контролем в отношении избранных профсоюзных руководителей, отвечающих за данные направления.

Это означает, что необходимы последовательные шаги для изменения ситуации:

1. Нужно уйти от представления, что эффективно работающая система информационной работы в членской организации ФНПР - на территории или в отрасли - может сложиться сама по себе, стихийно. Мы сегодня имеем дело с тем, что сложилось стихийно. Причем как сложилось стихийно, так стихийно и работает. Или не работает.

2. Необходимо, чтобы в членских организациях были определены ответственные избранные руководители, которые лично отвечают за информацию, агитацию и пропаганду. Оптимально - это избранные профсоюзные руководители: председатель или заместитель председателя членской организации.

3. Необходимо провести ревизию наших информационных ресурсов. Речь здесь не только об изданиях, сайтах или программах. Два года назад при попытке проведения подобного исследования на базе ДОС мы столкнулись с тем, что ни на уровне членской организации, ни на уровне регионального комитета нет информации о ситуации в первичках - ни о стендах, ни об имеющейся там печатной продукции, ни об уровне подписке на профсоюзные издания, ни о регулярности встреч в коллективах. Почти ничего ни о том - ЧТО мы распространяем сейчас, ГДЕ мы это распространяем и с помощью чего.

4. Необходима централизованная и массовая система распространения информация. Базирующаяся на директивных решениях отраслевых профсоюзов и координирующих, поддерживающих эти решения, действиях территориальных профобъединений. В рамках членской организации ФНПР - в первую очередь, отраслевого профсоюза - необходимо определить тот прожиточный информационный минимум, который должен быть в каждом региональном комитете, первичке. В Рекомендациях по взаимодействию информационных структур, принятых Исполкомом ФНПР еще в 2012 году, был описан такой минимум. Он должен быть осмыслен, адаптирован и принят решениями коллегиальных органов в виде конкретных параметров для отраслевого профсоюза.

5. И последнее. На основании общих решений и на базе определенного "информационного прожиточного минимума" нужно возвращаться к системе квот в каждой профорганизации. Я имею в виду квоты и на финансирование информ работы, и на наличие в профсоюзной структуре соответствующих подразделений и должностей, и на распространение профсоюзных изданий. Не рекомендации, а конкретные параметры.

Эти предложения сформулированы в проекте постановления Генсовета. Я прошу поддержать его и далее - рассмотреть и принять коллегиальными органами членских организаций ФНПР аналогичные решения. А после проконтролировать их исполнение.

Со своей стороны предлагаю в проект постановления внести следующее предложение: объявить 2017 год - годом профсоюзной информации на всех уровнях: от центрального аппарата ФНПР до первичной организации и цеха.

Сегодня Михаил Викторович уже процитировал Маяковского.

Я позволю напомнить и другую цитату Владимира Владимировича, относящуюся к информационной работе, работе со словом.

Я знаю силу слов, я знаю слов набат.

Они не те, которым рукоплещут ложи.

От слов таких срываются гроба

шагать четверкою своих дубовых ножек.

Давайте не только найдем и скажем такие слова членам профсоюзов, но вместе донесем эти слова в первички и убедим их в нашей правоте.

И только тогда за нами пойдут по настоящему!

**Выступление руководителя департамента
социальных гарантий и информации, пресс-секретаря ФПСО
А. Т. Сгибневой
на Генеральном Совете Федерации независимых профсоюзов России
26.10.2016 г.**

Добрый день. 20 век был индустриальным. 21-й - век информационных технологий, где информация сама по себе – решающий фактор развития и существования любой системы, будь то бизнес, государство или профсоюзы. А жить в информационном обществе и не работать с информацией – значит, обрекать свою систему на вымирание. Мы с вами принимать это, можем не принимать, но это объективная данность.

Сегодня в выступлениях упоминали фразу «Кто владеет информацией, тот владеет миром». Специалисты в сфере PR утверждают, что в оригинале фраза Ротшильда звучала принципиально иначе: «Кто управляет информацией, тот управляет миром». Согласитесь, владеть информацией и управлять ею – это разные вещи. Бабушка у подъезда владеет информацией про жильцов всего дома, но вряд ли в результате она владеет всем домом. Кстати, наши социальные партнеры четко разделяют эти понятия. Более того, сегодня в бизнес-процессах есть целое направление, которое так и называется «управление информацией».

Если говорить о профсоюзах, то мы застряли на стадии пассивного получения информации и формирования каналов ее распространения. Бьемся с постройкой скелета информационной системы профсоюзов России уже даже не первое десятилетие. Департамент общественных связей доложил нам радостную весть, что интернет-сайтов нет только у 2 из 80 территориальных организаций. Это как бы хорошо. Рывок сделан. Вопрос в другом: пока мы осваиваем инструменты, они устаревают, переставая работать в прежнем формате. Журналисты говорят: сегодня СМИ перестают быть СМИ, сайты перестают работать, как прежде. Все больше фиксируется заходов на сайты информационных агентств с социальных сетей, где был выставлен соответствующий пост. Все больше люди узнают о новостях, обмениваются информацией, формируют свое мнение и позицию, исходя из того, как она была подана в социальных сетях. СМИ решают задачу: как сделать, чтобы к ним заходили с соцсетей и оставались на сайте, читая их другие материалы. Борьба за влияние на умы идет уже на таком уровне. А мы с вами радуемся, что у нас наконец создан сайт. Иногда и не работающий, с одной фотографией председателя у телефона в кабинете. Рассылаем диски, когда на большинстве современных компьютеров уже нет для них читающего устройства...

Хочу акцентировать внимание Генсовета: важно не только получать и распространять информацию, но еще и правильно ее трансформировать. Если мы с вами говорим о наступательной пропагандистской, ну или контрпропагандистской позиции в

информационном поле. Т. е. об активной работе с информацией. Как это сказано в проекте постановления Генсовета.

Я приведу вам простой пример: по данным соцопросов, которые проводил Левада-центр в СМИ вышли публикации «Большинство россиян не доверяет профсоюзам». По результатам соцопросов только 43% россиян поставили галочку напротив вопроса «Доверяете ли вы профсоюзам?». И как бы получается, что почти 60% не доверяет. Но я проанализировала предыдущий опрос Левады (а они делают такой опрос каждые 5 лет), то оказалось, что там доверяющих профсоюзу было меньше на 11%. Представляете в пересчете на абсолютные цифры, сколько человек в стране стало больше верить в профсоюз за эту пятилетку? Отчего мы с вами пропускаем такие, казалось бы, невинные иголки в свой адрес? Ведь надо было писать о растущем влиянии профсоюзов, а не наоборот, как вышло в СМИ.

К слову хочу сказать, что назрела актуальность заказа профессионального социологического опроса для ФНПР. С точки зрения ожиданий членов профсоюза и реакции профсоюза на эти ожидания. Соцопрос в бизнес-среде и в органах власти. Интересно было бы узнать в цифрах и фактах, как нас оценивают наши соцпартнеры.

Следующий акцент. О давлении на профсоюзы. Особенно в период трудовых конфликтов.

Для профсоюзов солидарность – базовое понятие. Мы видим, как бывает корпоративно солидарен бизнес, как умеет он спланироваться для защиты своих глобальных интересов. Способны ли мы с вами адекватно отвечать на эти вызовы? Какие современные информационные инструменты используем для реализации этого понятия? На Урале много промышленных предприятий и, может быть, поэтому нам чаще других в последнее время приходится сталкиваться с агрессивным давлением на наши первички. По данным ФНПР, Свердловская область не первый год входит в первую тройку регионов с наибольшим числом трудовых конфликтов. А значит, нам приходится учиться реагировать на них. И быть в чем-то первопроходцами. Приведу последние примеры: Уральский оптико-механический завод: в результате давления за считанные месяцы из 2,5 тысяч членов профсоюза на государственном (подчеркну) предприятии, где было ранее развито социальное партнерство и был прекрасный коллективный договор, осталось 7 человек. Нижнесалдинский металлургический завод: уничтожили профсоюз, следом по факту и само предприятие. И, наконец, Качканарский ГОК «Ванадий». По двум предприятиям Федерация профсоюзов Свердловской области объявляла акцию солидарности: мы обратились к нашим коллегам по всей стране и во все отраслевые профсоюзы. Нужно было подписаться в готовом электронном письме и направить его в адрес работодателя. Пришло около 100 писем. Всего. Да, работодатель на НСМЗ и от этого количества телеграмм и факсов вынужден был отключить телефоны-факсы в заводоуправлении и отказаться от приема любой почтовой

корреспонденции по этому адресу на какое-то время. Напомню, что акцию активно поддержала наша газета «Солидарность». Вот мы рассуждаем о подписке на нее: оправдана ли цифра 1 экземпляр на 100 членов профсоюзов или нет... А если бы такая подписка, о нашей акции узнали бы десятки тысяч россиян наверняка многие из них поддержали бы НСМЗ и КачГ ОК лично.

Профсоюзам приходится сталкиваться с развязанной против них информационной войной. Анализ трудовых конфликтов показывает: не мы ее развязываем. Но мы должны воевать, чтобы не проиграть. Как в песне: «Мы мирные люди, но наш бронепоезд стоит на запасном пути». И, как на любой современной войне, ощущается потребность в спусковом крючке. Кнопке ядерного чемоданчика, при нажатии на которую начинают работать разные уровни информационной защиты профсоюзов. Первый. Например, когда есть небольшой наезд на первичку, и она справляется с ним своими силами. Следующий уровень – подключается территориальное профобъединение (или отраслевой профсоюз), согласованно отвечая на агрессивное давление. Полетела в воздух красная ракета – и каждый информационный работник профсоюзной системы ФНПР по всей стране вступает в жесткую борьбу **за профсоюз и против тех**, кто оказывает на него давление. Организовывая повсеместно выступления в СМИ, активизируя группы в социальных сетях, отписываясь на форумы и так далее. Без борьбы ведь нет победы. Логично, что такая кнопка должна быть в руках лично у Михаила Викторовича. Но для того, чтобы кнопка работала, надо чтобы к ней были подсоединены все информационные войска страны и сама боеголовка.

А чтобы мы профессионально отражали атаки, надо нас учить. И силами ФНПР, и АТиСО.

Еще один акцент: информационная политика профсоюзов – это непосредственные коммуникации с членами профсоюза. Есть опыт Уральского оптико-механического завода, когда в одночасье информационный доступ через инструментарий работодателя к членам профсоюза был закрыт, а своей базы у нас не было. И есть опыт Качканарского ГОКа, где работа с членами профсоюза, постоянная, разъяснительная, пропагандистская ведется системно.

Наша общая задача - достучаться до каждого члена профсоюза. 21 век – информационный век. Для него характерно плотное информационное поле. На людей сыпется слишком много информации. Формируется клиповое сознание, настроенное на восприятие короткого поста в соцсетях. Как мы с этим работаем? Самая крупная студенческая группа на Урале в социальной сети «В контакте» - группа, созданная профкомом Уральского федерального университета – свыше 11 тысяч участников, которые постоянно обмениваются там информацией. Влияние профсоюза в таких группах надо усиливать.

Сегодня во время заседания по методу случайной выборки 157 членам Генсовета пришла смс от Федерации профсоюзов Свердловской области: «Выгоднее вложить 1\$ в прессу, чем 10\$ в оружие. Оружие вряд ли заговорит, а пресса не умолкает. Ричард Никсон». Мы хотели

продемонстрировать один из инструментов оперативной связи с членами профсоюза. Например, для организации акции солидарности.

Резюмирую.

1. Поддерживаю пункт о повышении курсов квалификации информационных работников ФНПР. Предлагаю ввести в учебный план дисциплины «Информационная война», «Работа в социальных сетях. Продвижение профсоюза».
2. Предлагаю поручить Информационной комиссии Генсовета ФНПР разработать механизм подключения информработников ФНПР к ведению ответных действий против агрессивного давления на профсоюзы.
3. Предлагаю рекомендовать членским организациям ФНПР вести системный сбор и обновление базы данных членов профсоюзов. Как минимум, профактива. По конкретным предприятиям и отраслям.
4. Предлагаю рекомендовать руководителям членских организаций не менее 6 раз в год выступать во внешних СМИ.
5. Предлагаю поручить Департаменту общественных связей ФНПР проработать вопрос возможного проведения социологического опроса по заказу ФНПР.
6. Предлагаю при сборе отчетов по информработе ввести строку в таблицу: наличие собственного аккаунта в социальной сети у профсоюзной организации и (или) ее лидера и (или) распространение информации через аккаунты имеющихся там многочисленных групп.

ПОСТАНОВЛЕНИЕ СОВЕТА

26.04.2017

№ 4-2

г. Екатеринбург

Информационная работа профсоюзов
на современном этапе

XXI век называют веком перехода от индустриального общества к информационному: с появлением интернета мир вступил в новую эпоху своего развития. Связанные с этим перемены глобальны: происходит смена способов производства, растут скорости распространения информации, множатся каналы информационных потоков, многократно увеличивается их объем и влияние на сознание человека, что существенно меняет его мировоззрение. При этом интернет-ресурсы составляют мощную конкуренцию традиционным СМИ. Люди все чаще используют такое понятие как «информация», «информационные технологии», «информационная политика». Активное включение в качественно новый этап развития современного общества, связанный с информатизацией, - фактически вызов времени для профсоюзов. Массовое привлечение рядовых членов профсоюзов в аккаунты профорганизаций в социальных сетях; организация коллективных акций в виртуальном пространстве; мобильные приложения по разным направлениям деятельности профсоюза – эти и другие информационные технологии являются практической задачей сегодняшнего дня.

Неотъемлемым спутником информатизации процессов является их стандартизация. Ставя задачи развития информационной работы профсоюзов, необходимо научиться сочетать специфичные особенности работы различных территорий, муниципальных образований, отраслей экономики и конкретных предприятий со стандартным информационно-идеологическим набором профсоюзной организации, в том числе - решениями профсоюзных органов; выработанной позицией по принципиальным вопросам; требованиями профсоюзов, непосредственно связанными с уставными целями – защитой трудовых прав и социальных гарантий наемных работников. Член профсоюза (независимо от территориальной и отраслевой принадлежности) должен иметь полный и равный с другими доступ к профсоюзной информации, который мотивирует его на осознанное профсоюзное членство.

Он должен регулярно обеспечиваться стандартным блоком информации, в который включены информация Федерации независимых профсоюзов России, Федерации профсоюзов Свердловской области, центрального и областного комитета отраслевого профсоюза, районной

(городской), первичной и цеховой профорганизации. Именно такой системный подход будет способствовать нормальному функционированию общего информационного поля профсоюзов всей страны и Свердловской области; беспрепятственному, оперативному прохождению профсоюзной информации по его вертикальным и горизонтальным каналам; непрерывному информационному взаимодействию между различными уровнями профсоюзной структуры, что положительным образом скажется на результативности работы каждого из них.

Для реализации конкретных действий по стандартизации информационной работы профсоюзов необходим мониторинг информационных ресурсов профорганизаций региона; выполнение минимального стандарта информационного обеспечения на всех уровнях профсоюзной системы; повышение исполнительской дисциплины по выполнению принятых профсоюзными органами решений.

Сегодня Федерацией профсоюзов Свердловской области проводится достаточно серьезная информационно-пропагандистская работа. Ее финансирование составляет до 6% годового бюджета ФПСО. Издаются газета «Вестник профсоюзов Свердловской области» (ежемесячный тираж 3 тыс. экз.), информационные бюллетени, тематические брошюры, «Досье профактивиста», информационно-разъяснительные и пропагандистские плакаты, буклеты, календари, сувенирная продукция. Среди значимых мероприятий в этой сфере – ежегодные конкурсы профсоюзных агитбригад; профсоюзного агитплаката; тематических смен «Профсоюз» в детских оздоровительных лагерях; фотоконкурс; конкурс рабочей песни; уроки о профсоюзах в учебных заведениях, акции «Рисуем труд». С каждым годом растет число их участников. В частности, в 2016 году на областной конкурс профсоюзного агитплаката было заявлено 114 работ, это самое большое число за 9 лет его проведения. Во многих профорганизациях проводятся конкурсы на лучшую постановку информационной работы.

Основы ведения информационной работы являются практически обязательным пунктом программы обучения кадрового резерва разных уровней профсоюзной системы, в том числе – Школы молодого профсоюзного лидера. Ежегодно на базе ФПСО проводится областной семинар профактива по информационной политике.

Взаимодействие ФПСО со средствами массовой информации выстроено на системной основе. Действует соглашение о сотрудничестве со Свердловский творческим союзом журналистов. Налажены рабочие контакты с редакциями телеканалов, информационных агентств и газет. Индекс цитируемости информации свердловских профсоюзов в СМИ остается одним из самых высоких в стране. Большое количество публикаций о деятельности профсоюзов приходится на муниципальные и корпоративные СМИ.

Сайт ФПСО www.fnpr.org признан ФНПР одним из лучших сайтов среди территориальных организаций профсоюзов России. Число посетителей сайта постоянно увеличивается: за последние 5 лет – с 500 до 12 135

пользователей в месяц (по состоянию на 1 апреля 2017 года). Собственные интернет-ресурсы созданы у 17 областных организаций отраслевых профсоюзов, десятков городских, районных и первичных профорганизаций.

Одной из секций Международного форума «Инновации в профсоюзах», который ежегодно проводится на базе ФПСО, является «Информационные технологии в профсоюзной работе». Федерация профсоюзов Свердловской области разрабатывает, осваивает и применяет на практике современные инструменты информационной политики, в числе которых – ЦРМ-система Е-профсоюз (облачная база данных); введение электронного документооборота в департаментах аппарата ФПСО; смс-рассылка по постоянно пополняемой базе данных профактива; рассылка тематических пакетов документов по электронной почте и многое другое. В 2016 году ФПСО начала проводить вебинары, аудиторией которых является профактив не только Свердловской области, но и других субъектов РФ.

Действуют страницы в социальных сетях самой Федерации профсоюзов Свердловской области, председателя ФПСО, Молодежного Совета ФПСО, целого ряда обкомов, горкомов, райкомов профсоюзов.

Стали традицией Дни Федерации профсоюзов в муниципальных образованиях с выездом специалистов аппарата ФПСО, руководителей членских организаций с проведением информационных собраний, обучающих семинаров, встреч профактива с председателем ФПСО, юридическими консультациями.

В связи с принятием Генсоветом ФНПР решения о проведении в 2017 году Года профсоюзной информации коллегиальные органы многих профорганизаций Свердловской области приняли решения об усилении деятельности по решению проблем, существующих в сфере информационной политики. Между тем, чаще всего эти проблемы связаны не с отсутствием возможностей их решения, а субъективным выбором приоритетов профсоюзного лидера и актива конкретной организации.

До сих пор затруднено свободное продвижение информации в необходимо полном объеме до рядовых членов профсоюзов. Материалы о деятельности вышестоящих профсоюзных органов размещаются далеко не на всех информационных ресурсах профорганизаций области, в том числе на интернет-сайтах областных организаций отраслевых профсоюзов, информстендах первичных профорганизаций зачастую отсутствует информация ФНПР, ФПСО, ЦК профсоюза. Профактив недостаточно активно осваивает современные методы сбора, обработки и доставки информации. Порой материалы о профсоюзной работе характеризуются отсутствием оперативности и конкретики. Профсоюзные ньюсмейкеры недостаточно часто выходят в СМИ с актуальными новостями о работе профсоюзов. Подписка на газету ФНПР «Солидарность» в Свердловской области по состоянию на февраль 2017 года составляет 321 экземпляров при численности членов профсоюзов в 650 тысяч человек.

В то же время в последние годы ощутимее становится агрессивное давление на профсоюзные организации. Сегодня оппоненты нередко

используют против профсоюзов разнообразные инструменты информационной войны. Эти факты подтверждают необходимость ведения профсоюзами более наступательной информационной политики, применения методов пропаганды и контрпропаганды наряду с агитацией, рг-технологиями и маркетинговыми ходами по продвижению профсоюзного бренда.

Таким образом, на современном этапе развития общества сложно переоценить важность информационной работы профсоюзов, которая направлена на защиту трудовых прав и социальных гарантий членов профсоюзов; обеспечение права члена профсоюза на получение информации; популяризацию идей профсоюзного движения; росту авторитета профсоюзов; повышению мотивации профсоюзного членства.

Во исполнение резолюции IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа - инструмент укрепления профсоюзов»; постановления Генерального совета ФНПР № 5-4 «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР» от 26.10.2016 года; постановлений Исполкома ФНПР № 6-12 «О Рекомендациях по информационному взаимодействию профсоюзных организаций» от 20.11.2012 года Совет Федерации профсоюзов Свердловской области ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Поддержать решение Генсовета ФНПР о проведении в 2017 году Года профсоюзной информации.

2. Ввести понятие Минимального стандарта информационного обеспечения члена профсоюза; считать им набор оперативной, актуальной информации, включающий в себя блоки информации о деятельности ФНПР, ФПСО, Центрального, областного комитета отраслевого профсоюза, городской (районной), первичной, цеховой профорганизации.

3. Профсоюзным организациям всех уровней:

3.1. всецело содействовать реализации права члена профсоюза на информацию, используя и развивая единую информационную структуру профсоюзов; обеспечивать оперативное доведение информации по всей профсоюзной вертикали сверху донизу и снизу доверху;

3.2. продолжить взаимодействие с региональными, муниципальными, ведомственными, корпоративными, многотиражными СМИ, заявляя свою позицию по всем значимым для трудящихся событиям и решениям органов власти, активнее контактировать с пресс-службой ФПСО для регулярного и объективного освещения деятельности профсоюзов в СМИ;

3.3. продолжить разработку, освоение и практическое применение современных информационных технологий;

3.4. включить во все планы обучения профактива информационную работу профсоюзов, в том числе - по современным методам информационной политики, работе в социальных сетях;

3.5. в постоянном режиме формировать и обновлять базы данных членов профсоюзов (адреса электронной почты, номера сотовых телефонов) для оперативного распространения информации;

3.6. рассматривать на заседаниях своих руководящих органов реализацию принятых в сфере информационной политики решений; заслушивать информацию об опыте работы по данному направлению; подвести итоги проведения Года профсоюзной информации, в том числе подписной компании на газету «Солидарность», включая подписку в электронном виде;

3.7. финансировать информационную работу (не менее 5% от бюджета организации).

4. Федерации профсоюзов Свердловской области:

4.1. усилить координацию деятельности членских организаций в сфере информационной политики; ежегодно проводить мониторинг информационных ресурсов профорганизаций региона для актуализации соответствующей базы данных, а также результатов подписки на газету «Солидарность»;

4.2. активнее привлекать руководителей областных комитетов профсоюзов, ведущих первичных профорганизаций и подготовленных профсоюзных экспертов к участию в программах региональных и муниципальных СМИ; проводить в преддверии или по итогам важных мероприятий пресс-конференции, круглые столы;

4.3. продолжить практику проведения Дней Федерации профсоюзов в муниципальных образованиях, активнее привлекая к участию в них членские организации;

4.4. обеспечивать регулярный обмен информационными материалами с департаментом общественных связей ФНПР и профсоюзными организациями области; в рамках Минимального стандарта информационного обеспечения члена профсоюза направлять свой блок информации в областные комитеты отраслевых профсоюзов для дальнейшего распространения в первичных профорганизациях, а для ФНПР – представляющую интерес на общероссийском уровне региональную информацию; контролировать обеспечение этого обмена;

4.5. участвовать в информационно-пропагандистских мероприятиях, конкурсах ФНПР;

4.6. продолжить работу по совершенствованию сайта ФПСО; осуществлять контроль за обновлением информации на сайтах членских организаций.

4.7. обеспечивать оперативное распространение передового опыта членских профсоюзных организаций.

5. Членским организациям ФПСО:

5.1. создать информационное подразделение (пресс-центр, отдел, группу), при отсутствии необходимых ресурсов – назначить ответственного за информационную работу, который несет персональную ответственность за реализацию информационной работы в профсоюзной организации, и

обеспечить обучение этих работников на соответствующих семинарах, организованных ФПСО;

5.2. регулярно готовить свой блок информации для Минимального стандарта информационного обеспечения члена профсоюза;

5.3. обеспечить организацию информационной работы в первичных организациях, оказывать практическую помощь в этой работе, контролировать сроки распространения информации, обеспечив проходимость информации вышестоящих профсоюзных органов до первичных профорганизаций и наоборот; размещать информацию ФНПР, ФПСО, ЦК профсоюза в своих информресурсах, в том числе – интернет-сайтах, аккаунтах в социальных сетях;

5.4. обновлять информацию на интернет-сайте профорганизации не реже одного раза в неделю;

5.5. оперативно направлять в департамент социальных гарантий и информации ФПСО материалы областного комитета, первичных профорганизаций для размещения на сайте www.fnpr.org, а также информационные сообщения о событиях, которые требуют освещения в СМИ.

5.6. ежегодно проводить мониторинг информресурсов первичных профорганизаций для использования в работе и передачи базы данных в департамент социальных гарантий и информации ФПСО.

5.7. увеличить подписку на газету ФНПР «Солидарность»;

5.8. участвовать в информационно-пропагандистских мероприятиях, конкурсах ФПСО.

6. Координационным советам профсоюзных организаций в муниципальных образованиях:

6.1. информировать организации профсоюзов, общественность о работе ФНПР, ФПСО, в том числе - используя СМИ, электронную почту, профсоюзные стенды;

6.2. способствовать проведению Дней Федерации профсоюзов, Дней профсоюзного активиста в МО; использовать данные мероприятия в качестве информационных поводов для СМИ.

7. Первичным профсоюзным организациям:

7.1. обеспечить постоянное информирование членов профсоюза, для чего:

7.1.1. определить ответственного за это работника (активиста). В малочисленных организациях ведение информационной работы осуществлять председателю первичной профорганизации;

7.1.2. создать и постоянно обновлять информационную базу данных членов профсоюза; использовать ее для информирования о деятельности профсоюза;

7.1.3. обеспечить наличие профсоюзного стенда (использовать макет, рекомендованный ФПСО), его регулярное обновление (не реже одного раза в неделю), используя информационные материалы ФНПР, ФПСО, областного комитета отраслевого профсоюза; вкладки и другие материалы газеты

«Вестник профсоюзов Свердловской области», «Солидарность», других профсоюзных СМИ;

7.1.4. организовать подписку на газету «Солидарность»;

7.1.5. развивать взаимодействие с местными корпоративными и муниципальными СМИ;

7.1.6. активнее присутствовать в социальных сетях, в том числе, создавая группы на аккаунтах предприятия, обкома профсоюза, ФПСО.

7.2. Оперативно направлять информацию на сайты областного комитета профсоюза, ФПСО.

7.3. Направлять на обучение, организуемое вышестоящими профсоюзными структурами, ответственного за информработу активиста.

8. Молодежным советам профорганизаций Свердловской области:

8.1. обеспечить личное активное участие в доведении информации до членов профсоюзов, организуя работу с информационными инструментами на предприятиях (профсоюзные стенды, листовки, плакаты и т.п.), распространение профсоюзной печати, работу в социальных сетях и т.д.;

8.2. рассмотреть на своих заседаниях вопрос информационной работы профсоюзов и участия в ней молодежного профактива, практику и перспективы использования современных мультимедийных технологий в агитационно-пропагандистской деятельности;

8.3. включить в план обучения молодежного профактива информационную работу профсоюзов, в том числе – Школы молодого профсоюзного лидера ФПСО;

8.4. подвести итоги участия Молодежного совета ФПСО и молодежных советов членских организаций ФПСО в мероприятиях «Года профсоюзной информации».

Председатель Федерации профсоюзов

А.Л. Ветлужских

**Доклад председателя ФПСО
А. Л. Ветлужских
на заседании Совета Федерации профсоюзов Свердловской области**

Информационная работа профсоюзов на современном этапе

Уважаемые коллеги!

Проведу для вас небольшой экскурс в историю и зачитаю извлечение из постановления президиума Федерации профсоюзов Свердловской области за декабрь 2002 года: «Обкомам (советам) профсоюзов, городским и районным координационным советам профорганизаций: **а)** заявлять свою позицию по всем значимым для трудящихся событиям и решениям органов власти и активнее контактировать с пресс-службой ФПСО для регулярного и объективного освещения деятельности профсоюзов в СМИ; **б)** обеспечивать оперативное доведение информации по всей вертикали Федерации профсоюзов сверху донизу и снизу доверху по основным изменениям, происходящим в обществе, и, соответственно, мнение широких профсоюзных масс до отраслевых профорганизаций, ФПСО и ФНПР».

Что мы имеем на сегодня - спустя 15 лет после этого решения, за которое голосовали, в том числе, сидящие теперь в этом зале? Однозначно: данное решение до сих пор не потеряло своей актуальности. Во-первых, потому что такую работу надо продолжать и сейчас. Во-вторых, потому что такую работу ведут далеко не все. В том числе, и среди тех, кто сидит в этом зале.

Между тем, на современном этапе задачи профсоюзов в сфере информационной политики значительно усложнились. Стали глубже. Вызвано это несколькими глобальными факторами. В первую очередь, тем, что нам выпало жить на стыке не только двух веков, но и двух эпох. Человечество переходит от индустриального этапа развития к информационному. 21-й век уже считают веком информационных технологий, где информация сама по себе – решающий фактор развития и существования любой системы, будь то бизнес, государство или профсоюзы. А жить в информационном обществе и не работать с информацией – значит, обрекать свою систему на вымирание. Мы с вами принимать это, можем не принимать, но это объективная данность. Во-вторых, мировое профсоюзное движение отмечает глобальное наступление на права трудящихся. Последствием этого является агрессивное давление на профсоюз, который стоит на переднем крае столкновения интересов бизнеса и наемного работника. И еще один немаловажный фактор – нигилизм людей постсоветского периода, связанный с их разочарованием, разубеждением в прежних ценностях: сегодня россияне, по оценкам специалистов, с большей охотой верят в негативную информацию, нежели позитивную. Это касается всего: власти, государства, общественных институтов, конкретных знаковых

личностей. Через эту же призму члены профсоюза воспринимают, в том числе, информацию о профсоюзе. И это надо учитывать в работе.

Информационные войны, развязанные против профсоюза сегодня – уже не частность, а скорее явление. Они ведутся против профсоюзной идеологии в целом и против конкретных профсоюзных лидеров. Самая отъявленная война идет против одной из боевых первичек России – профсоюзной организации «Качканар-Ванадий» и лично ее лидера Анатолия Пьянкова. Больше года фабрикуются клеветнические листовки, которые расходятся по всему городу. Война продолжается в социальных сетях и в средствах массовой информации. Логично, что в этой ситуации первичка «Качканар-Ванадий» ведет ответную борьбу по всем фронтам – от разъяснительной работы в трудовом коллективе до публикаций в соцсетях, СМИ и интернет-сайтах.

На политической арене тоже есть факторы, влияющие на профсоюзную деятельность. Все чаще на политических выборах разными силами используется наша, профсоюзная риторика, наши лозунги. И здесь тоже информационная работа профсоюзов – разъяснять: кто тут – с нами, а с кем нам – не по пути.

Таковы условия, которые характеризуют современный этап столетней истории профсоюзов. И нам необходимо вести информационную работу, отвечая на эти вызовы времени. Не забывая, что главная цель – эффективная защита трудовых прав и социальных гарантий членов профсоюзов. А уже в этом «защиты» все остальные задачи: повышение имиджа профсоюза, мотивация профсоюзного членства и укрепление наших рядов, позиционирование профсоюзов в качестве влиятельной силы и так далее.

Каковы целевые группы, на которые призвана оказывать влияние проводимая профсоюзами информационная политика? Можно разделить эти группы на «внешние» и внутренние. Среди внешних групп, на которые должна распространяться наша информация, – общество в целом; государство и бизнес (наши социальные партнеры); наемные работники (члены и не члены профсоюза). Мы также должны вести информационную работу внутри профсоюзной системы, через все ее уровни, направляя информационные потоки снизу вверх, сверху вниз и по горизонтали. Наше сегодняшнее постановление в большей степени направлено на внутрипрофсоюзную информационную работу. И это логично: сначала надо навести порядок дома, а потом проводить субботник в городском парке. Когда у нас с вами заработает в нормальном, слаженном режиме вся информационная система профсоюзов, тогда и внешними информационными потоками будет легче управлять. Пока мы застряли на стадии формирования единого информационного поля профсоюзов. Но это не отменяет задачи по влиянию на другие целевые аудитории.

Правильно, когда член профсоюза взамен на свой профвзнос получает оказанные профсоюзом услуги. В том числе, член профсоюза имеет право на получение информации, и профсоюз должен оказывать ему такую услугу. Более того, необходимо обеспечить всех членов профсоюза равным доступом

к профсоюзной информации – независимо от территориальной и отраслевой принадлежности. А сколько должно быть этой информации о профсоюзе? Перефразируя Ленина: лучше больше да лучше. И предлагается начать с гарантированного минимума, ввести понятие «Минимальный стандарт информационного обеспечения члена профсоюза». Это значит, что мы должны обеспечивать члена профсоюза (независимо от того, в каком муниципальном образовании он живет и на каком предприятии работает) – как минимум – постоянной информацией, в которой содержатся блоки о деятельности всех профсоюзных уровней – ФНПР, ФПСО, ЦК и обкома отраслевого профсоюза, городской, районной, первичной, цеховой организации. В этом случае у члена профсоюза сформируется понимание: профсоюз – это большая, мощная система, которая на каждом своем уровне занимается общим делом – защитой прав работника. Что профсоюз – это сила, и лучше, если она – на твоей стороне.

Сообщения департамента общественных связей ФНПР и пресс-службы ФПСО, публикации газеты «Солидарность» и «Вестник профсоюзов Свердловской области», информационные бюллетени и газеты отраслевого профсоюза, обкома, профкома – все это должно аккумулироваться в первичке и выдаваться в постоянном режиме членам профсоюза.

Какие инструменты необходимо для этого использовать? Правильно будет сказать так – ВСЕ!))

Начинать надо с азбуки информационной работы. А именно – должен быть ответственный за ее ведение. Перед заседанием Совета мы провели мониторинг информационных ресурсов членских организаций. В вашей раздатке есть небольшой справочный материал по обкомам. Данные, которые были предоставлены по первичным профорганизациям, мы разместим в ближайшее время на сайте Федерации для того, чтобы можно было в любой момент воспользоваться ими для работы. Загляните в раздаточный материал и увидите: нет в графе ответственного за информационную работу – пусты остальные графы.

А вот когда есть такой человек, важно, чтобы он использовал в своей работе и разные каналы информирования членов профсоюзов, и разные инструменты, и разные технологии. Но все это – в едином ключе. Неотъемлемым элементом информатизации является стандартизация процессов. Стандарты должны быть заложены везде. При стандартных идеологических установках, стандартном наборе идей проще взывать к осознанной солидарности членов профсоюзов разных отраслей и территорий. Должны быть стандарты в объемах и содержании доводимой до членов профсоюза информации, и потому должен быть Минимальный стандарт информационного обеспечения члена профсоюза. Применение стандартов упрощает деятельность, экономит время. Особенно актуально это на современном этапе, когда все больше профактива работает на неосвобожденной основе. Например, на сайте ФПСО размещен макет профсоюзного стенда, разработанный департаментом соцгарантий и информации ФПСО. Под него мы выпускаем информационные и

агитационные плакаты Федерации, листовки, развороты газеты «Вестник профсоюзов», который так и называется «Профсоюзный стенд». Если профсоюзные стенды в профорганизациях области будут изготовлены по имеющему стандарту, останется лишь менять информацию в соответствующих карманах и добавлять местную. Это, кстати, выгодно экономически, когда, например, в отраслевом обкоме оптом заказываются единообразные стенды на все первички.

Используя в работе стандарты, в то же время мы должны использовать сегодня разные технологии и тактики информационной работы с учетом современных условий. Чтобы люди понимали базовые идеи профсоюзного движения; чтобы знали значение тех же первомайских лозунгов; чтобы поддерживали требования конкретной коллективной акции профсоюза – нужна широкая разъяснительная работа. И это, пожалуй, те тактики, которыми мы владеем пока лучше всего. Но кроме разъяснения, донесения информации, мы должны использовать в информационной работе все больше элементов наступательной агитации, пропаганды и антипропаганды. Например, влияя на общество, надо формировать нетерпимость к фактам задержки зарплаты, потому что это прямое нарушение прав работника. И люди не должны это терпеть. Мы должны формировать нетерпимость к нарушению прав профсоюза, развязыванию войны против профсоюза и его лидеров, ликвидации первичек. При этом мы должны перехватывать информационную повестку из рук оппонентов профсоюзов и создавать своих «героев-антигероев», делить по отношению к профсоюзам на хороших и плохих. Мы должны формировать в обществе восприятие профсоюза как важнейшего элемента гражданского общества (именно такой посыл, кстати, несколько лет назад дал и президент Путин). Формирование положительного имиджа профсоюзов в обществе неразрывно связано с осознанным профсоюзным членством: профсоюз – это круто, значит, быть членом профсоюза - тоже круто.

Ряд мероприятий, которые Федерация профсоюзов Свердловской области проводит системно, как раз направлены на пропаганду профсоюзов. Это ежегодный конкурс профсоюзного агитплаката. Увеличивается число профсоюзных организаций, которые принимают в нем участие – от первичек до областных профорганизаций. Активно проявляют себя координационные советы. В прошлом году на конкурс было заявлено 114 работ, это самое большое число за все 9 лет проведения конкурса. Второй год подряд мы проводим региональный этап всероссийского фотоконкурса ФНПР. Традиционными являются конкурсы профсоюзных агитбригад; рабочей песни, уроков о профсоюзах. 11 лет мы проводим конкурс тематических смен «Профсоюз» в детских оздоровительных лагерях, и др. Все это часть информационной работы среди работающих, среди молодежи, среди детей, и в целом направлено на мотивацию профсоюзного членства.

Говоря о продвижении профсоюзного бренда, не надо забывать базовые принципы маркетинга, среди которых – использование логотипа и фирменного цвета организации. Символику профсоюза активно используют

Горно-металлургический профсоюз (цвет льющегося металла); профсоюз здравоохранения – красный, автотранспорта – зеленый и так далее. Много разнообразной продукции с элементами фирменного стиля использует Свердловская организация «Электропрофсоюза», госучреждений, авиапрома. В то же время значительное число первичек до сих пор не ставят логотип на свою документацию, профсоюзные стенды, листовки, плакаты, не используют фирменные цвета даже на собственных сайтах.

Кстати, если раньше мы говорили о необходимости создания собственных интернет-сайты или страницы на сайтах центральных комитетов отраслевых профсоюзов, то эта задача постепенно выполняется: судя по отчетам, которые направляются в адрес ФПСО по информресурсам, собственные интернет-сайты созданы у 17 областных организаций отраслевых профсоюзов. Часть крупных первичных профорганизаций также имеют свои сайты. Только в членских организациях Свердловской организации профсоюза работников образования - 35 собственных сайтов. Немало создано профсоюзных групп в социальных сетях. Например, «ВКонтакте» созданы группы обкомов профсоюзов работников автотранспорта, культуры, госучреждений и других. Есть в соцсетях первички («Качканар-Ванадий», Уральский приборостроительный завод и много-много других). Профсоюзные лидеры ряда областных организаций имеют свои страницы в «Фейсбуке», в том числе – обкомов образования, здравоохранения и др. Однако сегодня имеется другая проблема: отсутствие понимания, что информационная работа – это постоянный и системный процесс. Достаточно большое количество организаций создали сайты, страницы и группы в соцсетях, а потом не меняют на них информацию. Между тем, пользователей интернет сегодня - миллионы. И с каждым годом становится все больше. Если профсоюзы не будут соответствовать этой тенденции, то объективно потеряют на этом значительную часть аудитории в возрасте от 20 до 50 лет. Замечу, что на сайте ФПСО ежемесячно фиксируется свыше 12 тысяч посетителей. А ведь буквально совсем недавно мы говорили об увеличении их числа с 500 в месяц до 1,5 тысяч.

В связи с наполнением сайта хотелось бы особо отметить ряд профорганизаций (в т. ч. среди первичек – «Электрохимприбор» г. Лесной, Машзавод им. Калинина, КУЛЗ, среди обкомов – профсоюз трудящихся авиационной промышленности, профсоюз строителей и др.), которые постоянно присылают в ФПСО оперативную информацию о своей работе. Ставлю их в пример и рекомендую другим профорганизациям усилить работу в направлении создания единой информационной системы внутри нашего региона и поддержания ее жизнеспособности.

Информационная политика профсоюзов – это, в первую очередь, непосредственные коммуникации с членами профсоюза. Есть опыт Уральского оптико-механического завода, когда в одночасье информационный доступ через инструментарий работодателя к членам профсоюза был закрыт, а своей базы у профсоюза не было. Результат на тот момент вы знаете: в одночасье из 2,5 тысяч членов профсоюза осталось 7.

Вот почему мы не первый год говорим: создавайте базы данных членов профсоюза, создавайте и используйте в текущей работе. Надо создавать и делать многочисленными наши группы в мессенджерах, вацапе, вайбере, скайпе, рассылать там профсоюзную информацию. Сейчас членам Совета Федерации (по сформированной ранее базе данных) пришла смс от Федерации профсоюзов Свердловской области: «Кто управляет информацией, тот управляет миром». Мы хотели продемонстрировать один из инструментов оперативной связи с членами профсоюза. Например, для организации акции солидарности. Пусть эта фраза останется в памяти ваших телефонов: чтобы руководствоваться ею в повседневной работе.

Наша общая задача - достучаться до каждого члена профсоюза. 21 век – информационный век. Для него характерно плотное информационное поле. На людей сыпется слишком много информации. Формируется клиповое сознание, настроенное на восприятие короткого поста в соцсетях. Надо учиться правильно работать в социальных сетях. Это целая наука, которой нужно учиться основательно: как создавать лояльные сообщества, условия для их развития, планировать драйверы активности, надо знать, что такое комьюнити, виртуальная личность и так далее. Необходимо проводить обучение современным технологиям информационной работы, направлять профактив на семинары, которые проводят ФПСО, ЦК и обкомы. Ежегодно на базе ФПСО проводится областной семинар по информационной политике. И мы настоятельно рекомендуем, чтобы это обучение проходили не только специалисты и активисты, ответственные за информработу, но и профсоюзные лидеры. Кстати, ФПСО начала проводить тематические вебинары, надо, чтобы к ним подключалось больше профактива.

Вводя в практику профсоюзной работы современные технологии, не надо забывать об инструментах, которые десятилетиями доказывали свою пригодность. Хорошо, что ряд первичек сохранили свои профсоюзные библиотеки: это ВСМПО-Ависма, Машзавода им. Калина, «Качканар-Ванадий» и др. На многих предприятиях профком использует заводское радио для информирования трудового коллектива о работе профсоюза, в том числе – на ПО «Октябрь», Машзавод им. Калинина и др. Активно привлекают и корпоративную прессу, вводя в состав информкомиссий профкома корреспондентов заводской газеты, а в рабкоры - свои предцехкомов и молодежный актив. Так делают на МзиК, КУЛЗ, «Нижнетагильском ЗЛМК», «Сухоложскцементе». Муниципальную прессу используют для публикаций районные организации профсоюза АПК Ирбита, Красноуфимска, Белоярского МО, Нижнего Тагила и др.

В ряде первичек есть собственные газетные издания. Например, у профкома «Ураласбеста». Издаются газеты обкомов Горно-металлургического профсоюза, работников оборонной промышленности, образования. Информационные бюллетени выходят у обкома ЖКХ, культуры и др.

Вся наша профсоюзная информация должна направляться туда, где наши члены профсоюза: на информационные стенды в цеха, в листовки и

газеты, на собрания трудовых коллективов и личные приемы, в социальные сети и интернет-сайты, на личное общение с членом профсоюза. Это задача, которая стоит перед нами не только в Год профсоюзной информации. Закончится 2017 год, но с ним не должна закончиться активная информационная работа.

Правильно подавать информацию; обеспечить ее беспрепятственное оперативное прохождение по всем каналам связи, влиять на целевые аудитории, формировать нужные нам идеологические установки, это и многое и другое мы сможем лишь в том случае, если начнем выполнять принятые нами же решения. И решение президиума ФПСО 2002 года, с которого я начал свое выступление, и нынешнее постановление Совета, и резолюцию IX съезда ФНПР, постановление октябрьского Генсовета по информработе, и Рекомендации Исполкома ФНПР. Для этого на каждом уровне надо рассмотреть ход реализации информационной работы в соответствии с вышеназванными документами.

ИННОВАЦИИ В ПРОФСОЮЗАХ. ОПРОБИРУЕМ НОВОЕ НА ПРАКТИКЕ

11-12 июля в Екатеринбурге проходил Ежегодный международный форум «Инновации в профсоюзах-2017».

Первым днем форума, 11 июля, стал Межрегиональный информационный семинар профсоюзного актива, состоявший из нескольких тематических блоков: знакомства участников с акцией «Профсоюз» в лагере «Прометей» ПО «Газпром трансгаз Екатеринбург»; собственно семинара в виде обмена практическим опытом по инфработе разных профорганизаций и гайд-парка, основной темой выступлений ораторов в котором стали бигдата, мессенджерам и ЦРМ-системам в работе профсоюзов.

12 июля прошел сам форум «Инновации в профсоюзах»: его секции по различным направлениям профсоюзной деятельности, пленарное заседание научно-практической конференции «Труд в XXI веке» и панельная дискуссия «Создание IT-систем, способствующих автоматизированной реализации трудовых прав (перспективы и проблемы внедрения, законотворческий аспект)».

Организаторы форума «Инновации в профсоюзах-2017»: Федерация профсоюзов Свердловской области, Центральная профсоюзная газета «Солидарность», Ассоциация территориальных объединений организаций профсоюзов УрФО при участии представителей Федерации независимых профсоюзов России.

Официальное открытие семинара в его втором блоке, который прошел в НИИ охраны труда ФНПР, началось с выступлений депутата Госдумы РФ, председателя ФПСО Андрея Ветлужских и секретаря ФНПР по информработе, главного редактора газеты «Солидарность» Александра Шершукова. Кстати, впервые в практике крупных профсоюзных мероприятий профлидер свердловских профсоюзов включил прямой эфир с семинара на своей странице в соцсети «Фейсбук», и это позволило всем профактивистам из разных регионов страны от Карелии, Иркутска и Новосибирска до Калининграда и Архангельска, зарегистрированным в сети, подсоединиться к эфиру, слушать и видеть происходящее в прямом эфире, тут же обмениваться комментариями.

«Во втором блоке информсеминара мы подготовили обмен практическими «изюминками» от флеш-телевидения в Казани до Школы профсоюзного пиарщика в Челябинске и Дня открытых дверей для СМИ в Кургане, - говорит куратор инфсеминара, руководитель департамента социальных гарантий и информации ФПСО Аксана Сгибнева. - Очень интересен опыт профкома судостроительного предприятия «Звездочка» из Северодвинска Архангельской области. Как им удалось объединить в группе социальной сети свыше 3,5 тыс. членов профсоюзной организации из 8 тысяч, мы услышали от заместителя председателя профкома Елены Макаровой. Интересно процентное содержание контента: 20% информации в группе – чисто профсоюзная, в 75% - околопрофсоюзная информация, в т. ч. культмасс и т.д., 5% - юмор. Вполне возможно, что именно такая

«процентовка» обеспечивает растущий интерес работников предприятия к профсоюзной группе в соцсети».

Сама Аксана Сгибнева, говоря об информационной политике профсоюзов на современном этапе, затронула новаторские темы применения в практике профсоюзов лидогенерации, таргетинговой и нативной рекламы, вирусного видео и чат-ботов.

Корреспондент газеты «Труд и время на Южном Урале» Федерации профсоюзов Челябинской области Ирина Митрошина рассказала о проекте ФПЧО «Школа профсоюзного пиарщика в Учебно-методическом центре профсоюзов».

Заместитель председателя профкома ОАО «НПО» «Электромашина» Екатерина Зырянова рассказала о практике применения первичкой sms-сервиса, способствующего повышению мобильности и имиджа профсоюза.

Начальник отдела по делам молодежи и спорту Федерации профсоюзов Республики Татарстан Ольга Титова поделилась современными подходами своего профобъединения к информированию членов профсоюзов, среди которых - мобильные приложения, профсоюзные инфоматы, флеш-телевидение.

Руководитель сектора информационно-методической работы Федерации профсоюзов Курганской области Римма Чудова затронула аспекты взаимодействия Федерации профсоюзов Курганской области с внешними СМИ. По итогам ее выступления Андрей Ветлужских заявил, что в рамках подготовки к 100-летию ФПСО по примеру курганских коллег будет организована экскурсия «Екатеринбург профсоюзный». «А по следам экскурсии можно проводить и профсоюзные квесты для молодежного профактива по Екатеринбургу», - добавила Аксана Сгибнева.

«Профсоюзный уголок предприятия – проверенное временем средство агитации и пропаганды», - убежден председатель Курганской организации профсоюза работников оборонной промышленности Виктор Родионов, рассказавший, как на предприятиях отрасли выстроена работа по оформлению и наполнению профсоюзных уголков.

Завершился информсеминар гайд-парком «Коммуникации с членами профсоюза: проблемы эффективности личностного и онлайн форматов, Big Data (большие данные) для профсоюзов. Социальные сети. Мессенджеры. CRM-системы».

«Гайд-парк – это достаточно новая форма обсуждения заявленной темы, - пояснила Аксана Сгибнева. - Название происходит от лондонского парка, где есть Уголок оратора. Там граждане публично высказываются по любому интересующему их вопросу».

«Актуальность темы гайд-парка вызвана тем, что профсоюзное движение уже сталкивается с вызовами новых информационных технологий, которые могут применяться как во благо человека труда, так и против него и профсоюзного движения, - отмечает модератор дискуссии, руководитель департамента развития профсоюзного движения ФПСО Василий Деркач. - Обсуждение плюсов и минусов «дистанционного» контакта с членами

профсоюза с использованием технологий Big Data (больших данных), приложений и социальных сетей, позволит выработать подходы профсоюзов к внедрению данных IT-технологий».

Выступление Андрея Ветлужских, который является инициатором практического применения возможностей использования бигдаты в профсоюзной работе, вызвало большой интерес участников семинара. Лидер свердловских профсоюзов предложил уже начинать масштабный сбор «больших данных» по членам профсоюзов, приводить собранную информацию к единому стандарту и обеспечить безопасность хранения данных.

«Тема очень актуальна, - дал свою оценку идее Андрея Ветлужских главный профсоюзный идеолог страны Александр Шершуков. – Возможно, это более радикальный прорыв для профдвижения, чем тактическое усовершенствование отдельных новшеств в профсоюзной работе, в смысле перевода профсоюзной системы в целом на новый технологический уровень. Безусловно, перед нами стоит проблема финансирования этого глобального проекта: такие масштабы вряд ли потянет один профсоюз (пусть даже это будет мощное территориальное или отраслевое объединение), но на выходе все мы можем получить не только анализ поведения и позиций действующих членов профсоюзов, но и сформировать предложения профорганизаций на запросы потенциальных членов профсоюзов».

«У профсоюзов очень-очень много информации, - оценил наши возможности эксперт гайд-парка, специалист в сфере работы с бигдата датайманер Руслан Зарипзянов. – Учитесь с ней работать». Тема его выступления имела интригующее название «Бигдата – нефть XXI века».

«Датамайнеры – это крайне востребованные сегодня специалисты по сбору, отсеvu необходимой для заказчика информации и ее интеллектуальной аналитике, - говорит Аксана Сгибнева. – И, конечно, профсоюзам, чтобы идти в ногу со временем, необходимы такие свои специалисты».

Андрей Ветлужских отметил необходимость обучения профактива хотя бы первичным навыкам датамайнинга. Возможно, в самые ближайшие месяцы.

12 июля ежегодный форум «Инновации в профсоюзах-2017» продолжил свою работу... Работа форума была построена из двух тематических секций, научно-практической конференции «Труд в XXI веке» и завершающей панельной дискуссии...

Работу второй секции модерировали руководитель департамента соцгарантий и информации ФПСО Аксана Сгибнева и руководитель департамента развития профсоюзного движения ФПСО Василий Деркач. На этой секции обсуждались вопросы применения информационных и IT-технологий профсоюзов, мотивации профчленства.

Сам Василий Деркач презентовал наработки своего департамента - обновление ЦРМ-системы Е-Профсоюз, составной частью которой является предоставление доступа профорганизациям (пользователям системы) к списку членов профсоюза, снятых с профучета по разным причинам, в т.ч. в

связи с выходом и исключением из профсоюза. "Профсоюз - это не проходной двор, - заявил Василий Деркач, - и обменный фонд данных о снятых с профучета членах профсоюза мы рассматриваем в качестве элемента политики ответственного профчленства: работник может получить некие блага и услуги в первичке на предыдущем месте работы, а потом на новом месте заявить, что профсоюз для него ничего не делает. С Е-профсоюзом такого больше не будет: на каждого члена профсоюза копится "досье".

Эта тема, как и второй доклад от департамента развития профдвижения ФПСО, посвящены реализации политики «ответственного профчленства», которая должна повысить статус непрерывного профсоюзного стажа. Также во второй секции обсуждались вопросы мотивации профчленства: «Профмобиль» рескома профсоюза работников лесных отраслей из республики Коми, г. Сыктывкара и группа оперативной профсоюзной помощи; индустриальный туризм как дополнительный ресурс мотивации (Магнитогорский металлургический комбинат); мобильные приложения в качестве эффективного канала обратной связи с членами профсоюза. По информационной тематике на секции были представлены доклады по эффективному противодействию информационному давлению на профсоюз (на примере известных первичек «Качканар-Ванадий» и «Акрон»), использованию профсоюзами социальных сетей и др.

В частности, большой интерес вызвала мобильное приложение «Профком», разработанное Московской областной организацией профсоюза работников здравоохранения. Презентуя приложение, зампреда профкома Владимир Беспяткин отметил, что платформа «Профком» предназначена для информирования членов профсоюза на всех уровнях профсоюзной организации и получения от них обратной связи. Эта платформа настраивается по любую профсоюзную структуру. Обратная связь осуществляется с помощью разделов «Обратиться» и «Опросы». Публикации сопровождаются лайками и комментариями. Доступ к работе с мобильным приложением дает телефон пользователя, номер которого является одновременно и логином, и паролем. Даже, если член профсоюза по ошибке удалил это приложение из телефона, то при повторной установке приложение вспомнит о нем и заполнит основные поля аккаунта.

Прямой эфир с форума "Инновации в профсоюзах" шел в социальной сети «Фейсбук» со страницы председателя ФПСО Андрея Ветлужских. Пожалуй, это было сделано впервые в профсоюзной практике России.

На площадке промышленной выставки инноваций «Екатеринбург-Экспо» Федерация профсоюзов Свердловской области провела панельную дискуссию «Создание IT-систем, способствующих автоматизированной реализации трудовых прав (перспективы и проблемы внедрения, законотворческий аспект)»...

**Выступления участников форума –
на сайте ФПСО www.fnpr.org раздел «Иннопром-2017»**

ЧТО ЗНАЧИТ ИНФОРМАЦИЯ В ПРОФСОЮЗАХ
Выступление председателя ФПСО А. Л. Ветлужских
на Межрегиональном информационном семинаре
«Информационная политика профсоюзов на современном этапе»
11.07.2017 г.

Говоря об информационной политике профсоюзов, я хотел бы коротко остановиться на нескольких аспектах того, чем может и чем должна являться информация для профсоюзного движения.

Одна из важнейших ролей информации в профсоюзах - это пропаганда. Информирова о профсоюзе, мы ставим задачу пропагандировать профсоюз: призываем работников вступать в наши ряды; действующих членов профсоюзов - оставаться в них и не выходить; призываем общество, власти и работодателей взаимодействовать с системой профсоюзов и взаимоусиливать друг друга.

Информация для нас - это, конечно же, и пиар, который способствует положительному восприятию профсоюзов в обществе; стремлению людей вступать в профсоюз, потому что это важно, полезно и почетно; а у власти и бизнеса - укреплению понимания, что профсоюз – это сильный и равноправный партнер, с которым надо на равных вести конструктивный диалог.

Следующее - это мотивация. Имею ввиду мотивацию профчленства. Люди вступают в организацию, которая солидна, которая может решать злободневные для них вопросы, которая уважаема, и эти факторы являются мотивацией вступления в профсоюз. В то же время немаловажной мотивацией является и тот информационный продукт, который получают члены профсоюза: об изменениях в законодательстве, разъяснение трудовых прав работника и профсоюзных позиций по различным вопросам, обзор социально-экономической ситуации на в отрасли, на территории и конкретном предприятии, многое другое.

Четвертое – это влияние, которое мы можем оказывать, используя инструменты информационной политики. Влияние, когда мы составляем черные списки работодателей. Влияние, когда мы составляем списки профсоюзных героев. Влияние, когда мы широко распространяем информацию о забастовках; организовываем акции солидарности с тем, кто находится в трудовом конфликте. Когда мы ведем информационную войну. Когда влияем на поведение работодателей, власти, на принятие тех или иных решений, в т. ч. в законодательстве. Такое влияние - наверное, один из самых мощнейших блоков профсоюзной информации.

Пятое - это технологии управления в профсоюзах. Страна у нас большая, расстояния большие. Обеспечить оперативное и эффективное управление профсоюзами - многочисленной организацией с разветвленной структурой, можно с помощью современных технологий: провести скайп-конференцию; дистанционное заседание профсоюзного органа; дистанционное обучение профактива на платформе вебинара, причем

единовременно – для тысяч человек; через соцсети и массовые смс-рассылки собрать на одной площади, в одно время огромное количество людей; по единому сигналу сделать огромное количество телеграмм или флешмобов. Таким образом, информация - это технология управления, позволяющая оперативно связываться с членами профсоюзов по всему миру, оказывать международную поддержку и делать действия едиными. Вы знаете, что в числе базовых принципов профсоюзов – единство и солидарность. И реализовывать их мы можем как раз через информационные технологии - если все мы завязаны в одну сеть и если мы этой сетью умеем пользоваться.

Не могу не сделать акцент на технологическом разрыве пользователей.

Мы испытываем определенные сложности, пытаюсь объединить 30-50 человек в едином скайп-пространстве. Даже оперативка аппарата ФПСО, проводимая по скайпу, часто срывается по техническим причинам. Что говорить о первичных профорганизациях, которые еще меньше времени могут посвятить современному оборудованию и обучению тому, как им пользоваться. Технологический пользовательский отрыв велик: между нами и западными странами, между профсоюзниками России и зарубежья, между профактивистами, бизнес-менеджерами и чиновниками, у которых давно действуют электронные системы документооборота. И это означает, что в школах молодого профсоюзного лидера, на семинарах и вебинарах мы этот разрыв должны преодолевать.

Международный форум «Инновации в профсоюзах» собирает много передовых идей, которые генерируют профактивисты разных регионов России и мира. Однако зачастую многие из этих идеи так и не получают широкого распространения: наша профсоюзная система не слишком восприимчива к новациям и инновация. Мы во многом продолжаем считать правильными прежние схемы работы, поэтому именно информация во всех ипостасях, о которых я говорил выше, должна вывести профсоюзную среду на новый уровень. Причем профсоюзные лидеры должны подходить к этому осознанно. Я сам должен сказать себе: да, не могу освоить некоторые суперсовременные вещи, например, как моментально организовать группу в соцсети в тысячу человек. Значит, мы должны в своей первичной организации, в своей Федерации профсоюзов находить людей, для которых это легко и просто и которые могут нас научить пользоваться современными информационными технологиями. Без использования информационных технологий нам все сложнее будет оппонировать и беседовать, пропагандировать и давать информацию, создавать мотивацию и внедрять модернизацию...

**Выступление руководителя департамента
социальных гарантий и информации,
пресс-секретаря ФПСО А. Т. Сгибневой
на Межрегиональном информационном семинаре
«Информационная политика профсоюзов на современном этапе»
11.07.2017 г.**

Не в первый раз мы проводим информационный семинар в рамках форума инноваций. Когда-то мы с вами вместе рассматривали и инструменты пиара, которые будучи разработаны в политтехнологической среде, прекрасно ложились на профсоюзную почву, и информационные войны... На наших семинарах мы стараемся идти чуточку вперед, поднять голову от рабочих будней и посмотреть, что может быть впереди... Кстати, когда мы обсуждали информационные войны, часть профактива была настроена скептически. Мне как разработчику инструкции для профактива в случае информационной войны даже говорили, что профсоюз не ведет ее. Еще спрашивали, кто же против нас ведет войну. Сегодня таких вопросов чаще всего уже не задают: те, кто внимательно отслеживает информацию по профдвижению России да и зарубежья, знают, что оппоненты испытывают профсоюз на крепость разными методами. И информационные войны – уже не частность для современного этапа истории профсоюзов. И завтра на форуме на одной из секций мы вновь будем обсуждать действия профактива при агрессивном давлении. Знать о том, как быть, когда против нас воюют, это важно. Предупрежден – значит, вооружен.

Так вот сегодня мне вновь хотелось бы поговорить с вами о том, к чему нам надо готовиться. Причем не завтра. Начинать надо уже сейчас.

Я сегодня хотела бы немного поговорить об информационной безопасности и информационной мобильности профсоюзов.

Я полагаю сегодня надо говорить **об обязательной МОБИЛЬНОЙ ВЕРСИИ ИНТЕРНЕТ-САЙТОВ** профсоюзных организаций. ФНПР уже заявила о том, что в следующем году одним из принципиальных критериев оценки сайтов членских организаций станет наличие мобильной версии. И это более чем логично, если мы хотим, чтобы информация о профсоюзах находила свою многотысячную и даже многомиллионную аудиторию, поскольку среднестатистический пользователь (и наши члены профсоюзов – не исключение) проводят в телефоне в разы больше времени, чем за компьютером. Это как раз тот случай, когда работник, занятый в рабочее время, по дороге на работу и с работы может читать наши профсоюзные новости в телефоне в удобной для него мобильной версии.

Да, мобильные версии – это вложение средств. Значит, надо такие средства аккумулировать и вкладывать в информационное развитие профсоюзной организации.

Сегодня мы говорим с вами о том, что мир вокруг нас стремительно меняется в плане информационных технологий, и мы должны успевать за этими изменениями.

Если раньше на семинарах мы учились с вами понятию информационный повод, виды таких поводов, как их создавать, то сегодня – да, мы продолжаем этому обучаться и грамотно использовать, но при этом надо обучаться уже и другим вещам.

В частности, сегодня тот факт, что социальные сети вытесняют СМИ и стали более оперативным, более массовым и соответственно более действенным каналом распространения информации, корректирует и наши методы работы с информацией.

В частности, сегодня я хочу рассказать о **НАТИВНОЙ РЕКЛАМЕ**. СМИ могут охотно брать материалы про профсоюз в этом - не совсем привычном - для нас формате. Если говорить о самом понятии, **нативная реклама** - это когда рекламное сообщение воспринимается читателем как неотъемлемая часть обычного контента (то есть содержания) сайта, статьи. Нативная - значит, естественная. Так вот такая реклама проглатывается аудиторией как не рекламный текст. Этот вид рекламы не бросается в глаза, не вызывает раздражения и отторжения. Скорее, пользователь видит в нем некую полезную информацию для себя, дельный совет, и уже подсознательно хочет применить его на практике. Это может быть обзорная статья на какую-то тему, пост, отзыв нерекламного характера, вопросники или тесты, поднимающие актуальные проблемы.

Что в этом контексте можно делать? Мы планируем делать небольшие тексты из серии «10 шагов: как остаться на работе при увольнении»; «Как новичку влиться в коллектив»; «5 признаков того, что вы попали в хороший коллектив», «10 способов выделиться из толпы, проявить себя, развить и применить лидерские качества» и так далее. Например, в советах про адаптацию в новом коллективе (и запустить эти советы в идеале, например, на информационном ресурсе, где аудиторией являются старшекурсники вузов, молодые специалисты), так вот в этих советах одним из пунктов может быть такой: «Найдите профсоюзную организацию, вступите в нее и расскажите о своих хобби, амбициях и тд. Практически в любом профкоме есть культурно-массовая комиссия».

Можно делать интерактивные тесты как на сторонних площадках, так и на наших сайтах или в соцсетях. Например, про те же пресловутые лидерские качества, а в них – один из ответов «Вы настоящий лидер, можете смело возглавлять профсоюз в своем коллективе и вести коллег к светлому будущему и высокой зарплате». В соцсетях люди с удовольствием построят результаты своих ответов на такие тесты, не отдавая себе отчет, что становятся носителями нативной рекламы профсоюза. А в это время в их голове мягко будет укореняться мысль о том, что профсоюз – это организация, созданная для них и они могут найти в профсоюзе применение своим лучшим качествам, хобби и так далее.

Например, на ресурсах для рыболовов поставить тест «Какой ты рыбак». И в одной из веток ответа написать «Ты готов к участию в конкурсе профсоюзов Уральского федерального округа по зимней ловле на мормышку».

Вперед, записывайся в участники. Конкурс в марте 2018 года». То есть вариантов уже много.

Или сделать тест «Как бы ты бился за свои права?»: револьвер, профсоюз, суд... «Кто ты из трех сторон социального партнерства»... ну, и так далее...

Можно делать **ВИРУСНУЮ РЕКЛАМУ, то же вирусное видео**, и в нем вставлять некие смыслы про профсоюз. Вирусная реклама – та, что передается по типу «сарафанного радио». Когда миллионы людей постят на своих аккаунтах и страницах какую-то интересную им информацию. Другие смотрят ее, им тоже нравится, они «забирают» ее себе. Есть такое словечко в соцсетях «приберу себе», то есть тоже размещу у себя на своем каком-то ресурсе.

Чтобы сделать хорошее вирусное видео, по мнению специалистов, работающих на крупные корпорации типа «Газпрома» (это агентство «Smetana»), они первое в России агентство, делающее вирусную рекламу. И миллионы россиян смотрели их ролик, как хомяк троллит работника ГИБДД). Так вот для вирусного видео надо несколько составляющих: котики, секс, юмор, социальный эксперимент, розыгрыш, магия.

Вы скажете: при чем тут секс и профсоюз? Мы серьезная организация. Но ведь секс в жизни каждого – один из важнейших компонентов... хотела сказать «достойного труда»))) да и «Газпром» - тоже не «легкая» организация).

Котики – это не обязательно коты в прямом смысле) это в интернет-среде - символ чего-то милешечного, вызывающего умиление, улыбку и смех (животные, дети...) Так-то это применяется активно и в политтехнологиях (известная вещь «дети в кадре – рейтинг вверх»). И что даже был же даже запрет на использование детей в политической рекламе.

Главная сложность состоит в том, чтобы нативная реклама заинтересовала пользователя, а для этого предоставленный контент должен быть по-настоящему качественным. То есть вирусное видео должно вызывать желание посмотреть, опросник должен быть нестандартным... И тут надо постараться...

Нативную рекламу называют современным открытием маркетингового продвижения бренда на рынке. Специалисты говорят, что это один из самых эффективных способов сегодня влиять на человека, без его согласия на это. На самом деле нативная реклама использовалась давно, но сейчас, когда уже есть такие понятия как «банерная слепота» (человек привык к банерам как носителям рекламы и автоматом не видит их), такая нативная реклама очень хороша.

Есть сегодня еще такое понятие в маркетинге как **ЛИДОГЕНЕРАЦИЯ**. И этот бизнес-процесс тоже в чем-то, в какой-то его мере может быть использован профсоюзами. Если мы говорили раньше, что лид – это понятие из журналистики, так называлась вводная и главная часть текста, которая отвечала на вопросы «кто? где? Когда и что сделал?». Сегодня у слова ЛИД появился еще один смысл в информационной среде.

Лид - это потенциальный клиент, который увидел рекламу товаров или услуг в Интернете, услышал сообщение по радио или получил информацию о них из другого источника. Заметьте, лид – это еще не клиент, но может им стать, если вам удастся привлечь его. То есть для нас лид – это потенциальный член профсоюза, который получил нашу информацию.

Обычный человек превратится в лида, если:

- увидит информацию о профсоюзе и нашей деятельности, услугах в онлайн или офлайн;
- будет нуждаться в этих услугах, т.е. попадет в нашу целевую аудиторию;
- посетит профсоюзный сайт или сделает звонок, например, в нашу юридическую консультацию;
- оставит заявку или контакты для обратной связи, подпишется на email-рассылку с того же сайта ФПСО, например.

Вопросы, которые решает лидогенерация в бизнесе, актуальны и для нас: что нужно сделать, чтобы привлечь интерес потенциального члена профсоюза? Как заявить о профсоюзе, чтобы завладеть его вниманием? Эти проблемы и решает лидогенерация – процесс привлечения, или генерирования лидов. Разумеется, что лидогенерация не работает сама по себе, ей нужна 1. реальная деятельность профсоюза, 2. качественная, полноценная информация об этой деятельности на интернет-сайте, 3. та же вирусная рассылка, 4. фирменный стиль и другие вспомогательные инструменты маркетинга.

Сегодня активно работают биржи по продаже лидов. Есть агрегаторы (это Яндекс, Озон, то же Авито)... Если вы хоть раз что-то покупали-продавали через Авито, значит, вы уже есть в их базе, как и ваши предпочтения. Эти базы продаются и перепродаются на биржах лидов. Чтобы потом делать таргетированную (*таргет – цель*) рекламу (если вы залезли в интернет посмотреть любовнице шубу, а потом за ваш компьютер сядет жена, она увидит, что интернет предлагает ей без конца прекрасные шубы со всего света с доставкой в Екатеринбург))) придется покупать две шубы)))

Итак, лиды – это потенциальные члены профсоюза, заинтересованные в наших услугах и предоставившие свои контакты для обратной связи. Как мы с ними работаем? Не всегда качественно. Не так как бизнес – со своими лидами. Это точно. И неудивительно.

Вот я зашла в Яндекс и набрала «юридические консультации по трудовому спору (праву) В Екатеринбурге бесплатные». Десятки объявлений. И ни одного – профсоюзного. Хотя, возможно, что именно через таргетинговую (или таргетированную) рекламу мы будем вести поиск потенциальных членов профсоюзов в ближайшие годы. Ведь сегодня мир вокруг нас меняется стремительно. В том числе становится все больше дистанционно работающих людей. Все больше мелких предприятий, где не представлены профсоюзы. Или корпорации, где нет профсоюза и не пускают профсоюз туда, но мы можем зайти в эти корпорации через интернет... через ту же, предположим, таргетированную или нативную рекламу...

И сегодня пока мы с вами не совсем научились правильно работать со СМИ, которые вытесняются социальными сетями, в которых мы вообще толком не умеем работать, уже всюду за информационное пространство начали воевать чат-боты. То есть роботы (но не машины, а программы), которые вызывают нам такси, например. И специалисты утверждают, что в скором времени чат-боты серьезно подвинут соцсети. А, может быть, и заменят их...

ПРАВОВОЙ РЕЖИМ ПРЕДОСТАВЛЕНИЯ ИНФОРМАЦИИ РАБОТОДАТЕЛЕМ ПРОФСОЮЗУ

Правовой режим предоставления информации работодателем профсоюзу устанавливается Федеральным законом “О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности” и Трудовым кодексом РФ.

Для осуществления своей уставной деятельности профсоюзы вправе бесплатно и беспрепятственно получать от работодателей, их объединений (союзов, ассоциаций) информацию по социально-трудовым вопросам.

Профсоюзные органы имеют право обсуждать полученную информацию с приглашением представителей работодателей, их объединений (союзов, ассоциаций), органов управления организацией, органов государственной власти и органов местного самоуправления. (ст. 17 ФЗ).

Профсоюзы вправе участвовать в рассмотрении органами государственной власти, органами местного самоуправления, а также работодателями, их объединениями (союзами, ассоциациями), другими общественными объединениями своих предложений. (ст. 11 ФЗ).

В соответствии с ч.1 ст. 53 ТК РФ, основными формами участия работников в управлении организацией являются:

- учет мнения представительного органа работников в случаях, предусмотренных ТК, коллективным договором, соглашениями;
- проведение представительным органом работников консультаций с работодателем по вопросам принятия локальных нормативных актов;
- получение от работодателя информации по вопросам, непосредственно затрагивающим интересы работников;
- обсуждение с работодателем вопросов о работе организации, внесение предложений по ее совершенствованию;
- обсуждение представительным органом работников планов социально-экономического развития организации;
- иные формы, определенные ТК РФ, иными федеральными законами, учредительными документами организации, коллективным договором, локальными нормативными актами;
- участие в разработке и принятии коллективных договоров.

Часть 2. ст. 53 ТК, предусматривает, что представители работников имеют право получать от работодателя информацию по вопросам:

- реорганизации или ликвидации организации;
- введения технологических изменений, влекущих за собой изменение условий труда работников;
- профессиональной подготовки, переподготовки и повышения квалификации работников;

- по другим вопросам, предусмотренным настоящим Кодексом, иными федеральными законами, учредительными документами организации, коллективным договором.

Представители работников имеют право также вносить по этим вопросам в органы управления организацией соответствующие предложения и участвовать в заседаниях указанных органов при их рассмотрении.

**ПОЛОЖЕНИЯ РЕКОМЕНДАЦИИ МОТ
№ 129 от 28.06.67 о связях между администрацией и трудящимися
на предприятии, применимые к предоставлению
информации профсоюзам**

В рекомендации МОТ № 129 предусматривается, что предприниматели и их организации, а также трудящиеся и их организации должны в своих общих интересах признать важность атмосферы взаимопонимания и доверия на предприятии, которая благотворна как для эффективной деятельности предприятия, так и для чаяний трудящихся. Создание такой атмосферы должно облегчаться путем быстрого распространения и обмена возможно более полной и объективной информацией по различным аспектам жизни предприятия и социальных условий трудящихся. С целью создания такой атмосферы администрация должна после консультации с представителями трудящихся принять соответствующие меры для применения эффективной политики связей с трудящимися и их представителями.

Администрация должна предоставлять информацию относительно следующих вопросов:

- а) общие условия занятости, включая условия найма, перевода и увольнения;
- б) описание обязанностей, подлежащих исполнению на различных работах, и место конкретной работы в структуре предприятия;
- в) возможности профессионального обучения и перспективы продвижения по работе на предприятии;
- г) общие условия труда;
- д) правила техники безопасности и гигиены труда и инструкции по предупреждению несчастных случаев и профессиональных заболеваний;
- е) процедуры, установленные для рассмотрения жалоб, а также правила и практика, регулирующие их применение, и условия, дающие право прибегать к ним;
- ж) социально — бытовое обслуживание персонала (медицинское обслуживание, здравоохранение, столовые, жилищные условия, условия отдыха, условия для хранения сбережений и банковское обслуживание и т.д.);
- з) системы социального обеспечения или социальной помощи, существующие на предприятии;
- и) положения национальных систем социального обеспечения, распространяющиеся на трудящихся в силу того, что они работают на предприятии;
- к) общее положение предприятия и перспективы или планы его дальнейшего развития;
- л) разъяснение решений, которые могут прямо или косвенно повлиять на положение трудящихся на предприятии;
- м) методы консультаций, дискуссий и сотрудничества между администрацией и ее представителями, с одной стороны, и трудящимися и их представителями, с другой.

ПРЕДОСТАВЛЕНИЕ ИНФОРМАЦИИ РАБОТОДАТЕЛЕМ ПРОФСОЮЗУ И КОММЕРЧЕСКАЯ ТАЙНА

Понятие “коммерческая тайна” определяется в положениях Федерального Закона “О коммерческой тайне”.

В соответствии со ст. 3 указанного Закона коммерческая тайна - режим конфиденциальности информации, позволяющий ее обладателю при существующих или возможных обстоятельствах увеличить доходы, избежать неоправданных расходов, сохранить положение на рынке товаров, работ, услуг или получить иную коммерческую выгоду.

Информация, составляющая коммерческую тайну (секрет производства), - сведения любого характера (производственные, технические, экономические, организационные и др.), в т.ч. о результатах интеллектуальной деятельности в научно-технической сфере, а также сведения о способах осуществления профессиональной деятельности, которые имеют действительную или потенциальную коммерческую ценность в силу неизвестности их третьим лицам, к которым у третьих лиц нет свободного доступа на законном основании и в отношении которых обладателем таких сведений введен режим коммерческой тайны.

Информация, в отношении которой работодателем устанавливаются меры по защите конфиденциальности, в частности информация о перспективах развития организации, планируемых контрактах, сделках, прибыли и убытках, относится к разряду сведений, составляющих коммерческую тайну.

Профессиональные союзы и их органы не имеют возможности начать коллективные переговоры, разрабатывать проекты коллективных договоров, не владея подобной информацией. Так, возможность включения в коллективный договор положений, касающихся предоставления работникам определенных льгот и преимуществ, напрямую зависит от прибыльной работы организации, планируемой прибыли и проч.

При предоставлении профессиональному союзу сведений, составляющих служебную или коммерческую тайну, с уполномоченным представителем может заключаться договор о неразглашении полученных сведений. И в том случае, если будет доказано, что убытки для организации возникли в связи с неправомерными действиями профсоюзного органа, разгласившего коммерческую тайну, такой орган может быть привлечен к установленной законом ответственности.

Законодатель установил ответственность работодателя за непредоставление информации, необходимой для коллективных переговоров и осуществления контроля за соблюдением коллективного договора, соглашения.

Непредоставление работодателем или лицом, его представляющим, в срок, установленный законом, информации, необходимой для проведения коллективных переговоров и осуществления контроля за соблюдением коллективного договора, соглашения, влечет наложение административного штрафа в размере от 1 до 3 тыс. руб. (ст. 5.29 КоАП).

Сведения, которые не могут составлять коммерческую тайну Режим коммерческой тайны не может быть установлен лицами, осуществляющими предпринимательскую деятельность, в отношении следующих сведений:

1) содержащихся в учредительных документах юридического лица, документах, подтверждающих факт внесения записей о юридических лицах и об индивидуальных предпринимателях в соответствующие государственные реестры;

2) содержащихся в документах, дающих право на осуществление предпринимательской деятельности;

3) о составе имущества государственного или муниципального унитарного предприятия, государственного учреждения и об использовании ими средств соответствующих бюджетов;

4) о загрязнении окружающей среды, состоянии противопожарной безопасности, санитарно-эпидемиологической и радиационной обстановке, безопасности пищевых продуктов и других факторах, оказывающих негативное воздействие на обеспечение безопасного функционирования производственных объектов, безопасности каждого гражданина и безопасности населения в целом;

5) о численности, о составе работников, о системе оплаты труда, об условиях труда, в том числе об охране труда, о показателях производственного травматизма и профессиональной заболеваемости, и о наличии свободных рабочих мест;

6) о задолженности работодателей по выплате заработной платы и по иным социальным выплатам;

7) о нарушениях законодательства Российской Федерации и фактах привлечения к ответственности за совершение этих нарушений;

8) об условиях конкурсов или аукционов по приватизации объектов государственной или муниципальной собственности;

9) о размерах и структуре доходов некоммерческих организаций, о размерах и составе их имущества, об их расходах, о численности и об оплате труда их работников, об использовании безвозмездного труда граждан в деятельности некоммерческой организации;

10) о перечне лиц, имеющих право действовать без доверенности от имени юридического лица;

11) обязательность раскрытия которых или недопустимость ограничения доступа к которым установлена иными федеральными законами.

ОСОБЕННОСТИ ПРАВА ПРОФСОЮЗА НА ИНФОРМАЦИЮ ПРИ ПЕРЕДАЧЕ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ РАБОТНИКОВ

В соответствии со ст. 3 ФЗ от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ “О персональных данных”, персональные данные — это любая информация, относящаяся к определенному или определяемому на основании такой информации физическому лицу (субъекту персональных данных), в т.ч. его фамилия, имя, отчество, год, месяц, дата и место рождения, адрес, семейное, социальное, имущественное положение, образование, профессия, доходы, другая информация.

Согласно статье 88 ТК РФ, при передаче персональных данных работника работодатель должен передавать персональные данные работника представителям работников в порядке, установленном Трудовым Кодексом и иными федеральными законами, и ограничивать эту информацию только теми персональными данными работника, которые необходимы для выполнения указанными представителями их функций.

Согласно общему правилу, закрепленному в ч. 1 ст. 6 Закона “О персональных данных”, обработка персональных данных может осуществляться оператором с согласия субъектов персональных данных. Учитывая, что обработка персональных данных включает действия по их передаче (а оператором является работодатель) то эти данные могут быть переданы профсоюзу также с согласия работника.

Согласие на передачу персональных данных дается в письменной форме, определенной ч. 4 ст. 9 Закона “О персональных данных”.

При передаче персональных данных работника — члена профсоюза в связи с решением вопроса о его увольнении в соответствии с п.п. 2, 3, 5 ч. 1 ст. 81 ТК соответствующему выборному органу первичной профсоюзной организации работодатель представляет проект приказа, а также копии только тех документов, которые являются основанием для расторжения трудового договора.

Необходимо обратить внимание на ряд положений ст. 86 ТК РФ, закрепляющей общие требования при обработке персональных данных работника и гарантии их защиты.

В целях обеспечения прав и свобод человека и гражданина работодатель и его представители при обработке персональных данных работника обязаны соблюдать следующие общие требования:

- обработка персональных данных работника может осуществляться исключительно в целях обеспечения соблюдения законов и иных нормативных правовых актов, содействия работникам в трудоустройстве, обучении и продвижении по службе, обеспечения личной безопасности работников, контроля количества и качества выполняемой работы и обеспечения сохранности имущества;

- при определении объема и содержания обрабатываемых персональных данных работника работодатель должен руководствоваться

Конституцией Российской Федерации, Трудовым Кодексом и иными федеральными законами;

- работодатель не имеет права обрабатывать персональные данные работника о его политических, религиозных и иных убеждениях и частной жизни.

В случаях, непосредственно связанных с вопросами трудовых отношений, в соответствии со статьей 24 Конституции Российской Федерации работодатель вправе обрабатывать данные о частной жизни работника только с его письменного согласия;

- работодатель не имеет права получать и обрабатывать персональные данные работника о его членстве в общественных объединениях или его профсоюзной деятельности, за исключением случаев, предусмотренных Трудовым Кодексом или иными федеральными законами;

- работодатели, работники и их представители должны совместно вырабатывать меры защиты персональных данных работников.

Статья 89. Права работников в целях обеспечения защиты персональных данных, хранящихся у работодателя В целях обеспечения защиты персональных данных, хранящихся у работодателя, работники имеют право на:

- полную информацию об их персональных данных и обработке этих данных;
- свободный бесплатный доступ к своим персональным данным, включая право на получение копий любой записи, содержащей персональные данные работника, за исключением случаев, предусмотренных федеральным законом;
- определение своих представителей для защиты своих персональных данных;
- доступ к относящимся к ним медицинским данным с помощью медицинского специалиста по их выбору;
- требование об исключении или исправлении неверных или неполных персональных данных, а также данных, обработанных с нарушением требований настоящего Кодекса или иного федерального закона. При отказе работодателя исключить или исправить персональные данные работника он имеет право заявить в письменной форме работодателю о своем несогласии с соответствующим обоснованием такого несогласия. Персональные данные оценочного характера работник имеет право дополнить заявлением, выражающим его собственную точку зрения;
- требование об извещении работодателем всех лиц, которым ранее были сообщены неверные или неполные персональные данные работника, обо всех произведенных в них исключениях, исправлениях или дополнениях;
- обжалование в суд любых неправомерных действий или бездействия работодателя при обработке и защите его персональных данных.

НАРУШЕНИЕ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ В ОБЛАСТИ ПЕРСОНАЛЬНЫХ ДАННЫХ

Статья 13.11. Нарушение законодательства Российской Федерации в области персональных данных (в ред. Федерального закона от 07.02.2017 г. № 13-ФЗ)

1. Обработка персональных данных в случаях, не предусмотренных законодательством Российской Федерации в области персональных данных, либо обработка персональных данных, несовместимая с целями сбора персональных данных, за исключением случаев, предусмотренных частью 2 настоящей статьи, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, -

влечет предупреждение или наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до трех тысяч рублей; на должностных лиц - от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от тридцати тысяч до пятидесяти тысяч рублей.

2. Обработка персональных данных без согласия в письменной форме субъекта персональных данных на обработку его персональных данных в случаях, когда такое согласие должно быть получено в соответствии с законодательством Российской Федерации в области персональных данных, если эти действия не содержат уголовно наказуемого деяния, либо обработка персональных данных с нарушением установленных законодательством Российской Федерации в области персональных данных требований к составу сведений, включаемых в согласие в письменной форме субъекта персональных данных на обработку его персональных данных, -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на должностных лиц - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от пятнадцати тысяч до семидесяти пяти тысяч рублей.

3. Невыполнение оператором предусмотренной законодательством Российской Федерации в области персональных данных обязанности по опубликованию или обеспечению иным образом неограниченного доступа к документу, определяющему политику оператора в отношении обработки персональных данных, или сведениям о реализуемых требованиях к защите персональных данных -

влечет предупреждение или наложение административного штрафа на граждан в размере от семисот до одной тысячи пятисот рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до шести тысяч рублей; на индивидуальных предпринимателей - от пяти тысяч до десяти тысяч рублей; на юридических лиц - от пятнадцати тысяч до тридцати тысяч рублей.

4. Невыполнение оператором предусмотренной законодательством Российской Федерации в области персональных данных обязанности по предоставлению субъекту персональных данных информации, касающейся обработки его персональных данных, -

влечет предупреждение или наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до шести тысяч рублей; на индивидуальных предпринимателей - от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати тысяч до сорока тысяч рублей.

5. Невыполнение оператором в сроки, установленные законодательством Российской Федерации в области персональных данных, требования субъекта персональных данных или его представителя либо уполномоченного органа по защите прав субъектов персональных данных об уточнении персональных данных, их блокировании или уничтожении в случае, если персональные данные являются неполными, устаревшими, неточными, незаконно полученными или не являются необходимыми для заявленной цели обработки, -

влечет предупреждение или наложение административного штрафа на граждан в размере от одной тысячи до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до десяти тысяч рублей; на индивидуальных предпринимателей - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати пяти тысяч до сорока пяти тысяч рублей.

6. Невыполнение оператором при обработке персональных данных без использования средств автоматизации обязанности по соблюдению условий, обеспечивающих в соответствии с законодательством Российской Федерации в области персональных данных сохранность персональных данных при хранении материальных носителей персональных данных и исключающих несанкционированный к ним доступ, если это повлекло неправомерный или случайный доступ к персональным данным, их уничтожение, изменение, блокирование, копирование, предоставление, распространение либо иные неправомерные действия в отношении персональных данных, при отсутствии признаков уголовно наказуемого деяния -

влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от семисот до двух тысяч рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до десяти тысяч рублей; на индивидуальных предпринимателей - от десяти тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от двадцати пяти тысяч до пятидесяти тысяч рублей.

7. Невыполнение оператором, являющимся государственным или муниципальным органом, предусмотренной законодательством Российской Федерации в области персональных данных обязанности по обезличиванию персональных данных либо несоблюдение установленных требований или методов по обезличиванию персональных данных -

влечет предупреждение или наложение административного штрафа на должностных лиц в размере от трех тысяч до шести тысяч рублей.

Статья 13.11.1. Распространение информации о свободных рабочих местах или вакантных должностях, содержащей ограничения дискриминационного характера (введена Федеральным законом от 02.07.2013 г. № 162-ФЗ)

Распространение информации о свободных рабочих местах или вакантных должностях, содержащей ограничения дискриминационного характера, -

влечет наложение административного штрафа на граждан - от пятисот до одной тысячи рублей; на должностных лиц - от трех тысяч до пяти тысяч рублей; на юридических лиц - от десяти тысяч до пятнадцати тысяч рублей.

СОГЛАШЕНИЕ
о сотрудничестве и взаимодействии
между Федерацией профсоюзов Свердловской области
и Свердловским творческим союзом журналистов
на 2016-2018 гг.

Свердловский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Свердловской области» в лице председателя Федерации Ветлужских А. Л. и Региональная общественная организация «Свердловский творческий союз журналистов» в лице председателя правления Левина А. Ю., далее именуемые Сторонами, руководствуясь Трудовым кодексом РФ, Федеральным законом «О профессиональных союзах, их правах и гарантиях деятельности», Федеральным законом «О средствах массовой информации», Уставами Свердловского областного союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Свердловской области» и Региональной общественной организации «Свердловский творческий союз журналистов», учитывая взаимное стремление защищать трудовые права и социальные гарантии членов своих организаций, развивать гражданское общество, устанавливать социальную справедливость и демократию, с целью дальнейшего укрепления равноправных и партнерских отношений, направленных на стратегическое взаимодействие, взаимно признавая уставные и программные документы, цели, задачи и принципы деятельности Сторон, заключили настоящее Соглашение.

Статья 1

Предмет Соглашения

Предметом настоящего Соглашения является организация сотрудничества и взаимодействия Сторон по вопросам:

- информирования общественности о деятельности профсоюзов в защите социально-трудовых прав людей труда, разъяснения идей профсоюзного движения и мотивации профсоюзного членства;
- защиты конституционных прав работников средств массовой информации на труд и охрану труда, отдых и социальные гарантии; выявления, устранения и предупреждения их нарушений;
- использования имеющихся у Сторон информационных, правовых и организационных возможностей в планировании и реализации совместных мероприятий.

Статья 2

Основные принципы и направления сотрудничества

1. Стороны намерены соблюдать определенные настоящим Соглашением договоренности и добиваться развития своих взаимоотношений, которые построены на основе принципов социального партнерства и стратегии взаимного усиления, невмешательства во внутренние дела и признания интересов друг друга.

2. Основными направлениями сотрудничества стороны считают:

- содействие объективному и достоверному информационному обеспечению деятельности Федерации профсоюзов Свердловской области и ее членских организаций;
- эффективную защиту экономических, социальных и профессиональных прав и гарантий журналистов Свердловской области.

Статья 3

Формы взаимодействия и сотрудничества Сторон

1. Стороны обмениваются информацией о своих действиях, принимают участие в проведении мероприятий, имеющих публичный характер и затрагивающих интересы Сторон;

2. разрабатывают и принимают совместные обращения, в т. ч. по вопросам законодательства о труде и охране труда, разъяснения идей и действий профсоюзов;
3. взаимодействуют по рассмотрению коллективных, индивидуальных обращений работников СМИ (порядок рассмотрения обращений согласовывается сторонами в каждом конкретном случае);
4. оказывают практическую помощь трудовым коллективам СМИ при заключении трудовых и коллективных договоров;
5. проводят совместные встречи, совещания, семинары, круглые столы;
6. используют свои возможности для освещения в средствах массовой информации деятельности Сторон, в т. ч. конкретных фактов нарушений трудовых прав наемных работников и деятельности профсоюзов по восстановлению справедливости, разъяснения идей профсоюзного движения;
7. рекомендуют своим членским организациям и их членам активно взаимодействовать в муниципальных образованиях Свердловской области, а также проводить регулярные встречи, в т. ч. для информирования о целях, задачах и действиях Сторон;
8. содействуют заключению между координационными советами профсоюзов ФПСО в муниципалитетах Свердловской области и первичными объединениями Свердловского творческого союза журналистов аналогичных соглашений о сотрудничестве и взаимодействии;
9. всемерно содействуют вовлечению в профсоюзы журналистов Свердловской области;
10. стремятся не допустить действий, которые могли бы нанести ущерб интересам каждой из Сторон.

Статья 5

Вступление в силу, изменение и прекращение действия Соглашения

1. Настоящее Соглашение действует до 31.12.2018 г. и вступает в силу с момента его подписания Сторонами.
2. Изменение условий Соглашения осуществляется по письменному предложению одной из Сторон, оформляется Дополнением к Соглашению в двух экземплярах, являющимся неотъемлемой частью Соглашения.
3. Действие Соглашения автоматически продлевается на следующий срок, если ни одна из сторон не заявит о своем желании денонсировать его.
4. Возникающие споры и разногласия Стороны обязуются разрешать путем переговоров.
5. В случае невозможности урегулирования споров и разногласий путем переговоров настоящее Соглашение может быть расторгнуто по инициативе любой из Сторон, о чем необходимо письменно уведомить другую Сторону не позднее, чем за 15 дней до его расторжения.

Статья 6

Заключительные положения

Настоящее Соглашение заключено в г. Екатеринбурге, 23 сентября 2016 года, в двух экземплярах, оба из которых имеют одинаковую юридическую силу.

**Председатель
Федерации профсоюзов
Свердловской области**

А. Л. Ветлужских



**Председатель правления
Свердловского творческого
Союза журналистов**

А. Ю. Левин





ИНФОРМАЦИОННАЯ СТРУКТУРА ПРОФСОЮЗОВ



ФЕДЕРАЦИЯ НЕЗАВИСИМЫХ ПРОФСОЮЗОВ РОССИИ

сайт ФНПР www.fnpr.ru

СЕКРЕТАРЬ ФНПР ПО ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЕ

Шершуков Александр Владимирович

тел.: 8 (495) 688-37-00 e-mail: info@solidarnost.org

ДЕПАРТАМЕНТ ОБЩЕСТВЕННЫХ СВЯЗЕЙ ФНПР

Руководитель: Корнеев
Владимир Олегович
тел.: 8 (495) 938-84-18
e-mail: pressa-fnpr@yandex.ru
pressa@fnpr.ru

ЦЕНТРАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ГАЗЕТА «СОЛИДАРНОСТЬ»

Главный редактор: Шершуков А.В.
сайт газеты «Солидарность» www.solidarnost.org
Редактор новостного блока сайта газеты
Рыженкова Юлия Валентиновна
ryjenkova@solidarnost.org тел. 8 (495) 688-37-00

«ПРОФСОЮЗНЫЙ ЖУРНАЛ»

Шеф-редактор: Шершуков А.В.
Редактор Кочемина Наталья
Александровна
e-mail: kochemina@solidarnost.org
тел. 8 (926) 148-08-27

РАДИОПРОГРАММА «ПРОФСОЮЗНЫЕ ВЕСТИ»

На «Радио России»
Координатор проекта
Попов Виталий Андреевич
porov-vesti@yandex.ru
Тел. 8 (495) 938-77-02

Федерация профсоюзов
... области

Федерация профсоюзов
... области

Федерация профсоюзов Свердловской области Сайт ФПСО www.fnpr.org

Департамент социальных гарантий и информации ФПСО

Руководитель: Сгибнева Аксана Тимиржановна
г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д. 34, офис 211
тел. 8 (343) 371-21-07 e-mail: pressa@fnpr.org
skype: a3712107

Центральный комитет русского профсоюза

ответственный за информационную политику: _____

ЦК

ЦК

Газета «Вестник профсоюзов Свердловской области»

Главный редактор: Сгибнева А.Т.

Свердловская областная организация профсоюза

ответственный за информационную политику _____

Обком

Обком

Обком

Обком

Первичная профсоюзная организация _____

Ответственный за информационную работу _____

ппо

ппо

ппо

ппо

ппо



ПРОФСОЮЗ - ЭТО СИЛА НА ТВОЕЙ СТОРОНЕ!

Логотип
предприятия

Полное название профсоюзной организации

ВЕСТНИК ПРОФСОЮЗОВ Свердловской области



Карман формата A2

Что такое профсоюз



Карман
формата
A4

Структура профсоюза



Карман
формата
A4

Список профкома



Карман
формата
A4

План работы профкома



Карман
формата
A4

ЭКРАН ПРОФСОЮЗНОЙ ЖИЗНИ

События



Карман
формата
A4

Поздравления



Карман
формата
A4

Профсоюз помог



Карман
формата
A4

Важно!



Карман
формата
A4



Карман формата A3



Карман
формата
A4

Агитационные материалы





СТРУКТУРА ПРОФСОЮЗНОГО САЙТА

(примерная схема)

ГЛАВНАЯ СТРАНИЦА

Логотип профсоюза

(возможно использование логотипов отраслевого профсоюза, ФНПР, ФПСО)

Название профорганизации

ПРОФСОЮЗ - ЭТО СИЛА НА ТВОЕЙ СТОРОНЕ! (любой др. профсоюзный слоган)

КОНТАКТЫ

- Контакты организации
- Контакты профсоюзного лидера (аппарата профоргана)

ОБ ОРГАНИЗАЦИИ (о нас, о профсоюзе)

- Историческая справка
- Сегодняшний день профорганизации (направления работы, статистика профчленства, факты, цифры)

ПРОФСОЮЗ ПОМОГ

- Краткое содержание судебных решений
- Отзывы, письма благодарности

ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ

- Вопросы-ответы
- Опросы

НОВОСТИ

- Текстовая информация
- Фотогалерея



Сегодня, 7 октября в 130 странах мира отмечается **Всемирный день коллективных действий.**

В Свердловской области в этот день пройдут областное собрание председателей первичных профорганизаций различных предприятий и учреждений региона, а также митинг на пл. Труда.

О своем участии в собрании заявили свыше 500 профсоюзных активистов и профлидеров....

ВСТУПИТЬ В ПРОФСОЮЗ

- Преимущества членов профсоюза (агитматериал, визитка профсоюза)
- Разъяснение процедуры вступления по этапам
- Контакты
- Типовой бланк заявления

ДОКУМЕНТЫ

- **Официальные** (постановления профсоюзных органов, протоколы, решения, обращения и т.д.)
- **Социальное партнерство** (колдоговор, отраслевое, региональное соглашения, значимые постановления, приказы соцпартнеров и т.д.)
- **Правовой раздел** (юридические консультации, советы, полезные рядовому члену профсоюза законы и нормативно-правовые акты, новинки законодательства и т.д.)
- **Охрана труда** (нормативные акты, результаты проверок и т. д.)
- **Молодежный раздел**
- **Социальные гарантии** (оздоровление, гендерная политика, работа с ветеранами, соцльготы, разъяснения и т.д.)
- **Досуг**
- **Обучение** (планы семинаров, ссылки на профсоюзные учебные заведения (УМЦ ФПСО, АТИСО и т. д.)

ССЫЛКИ НА ПОЛЕЗНЫЕ САЙТЫ

в т. ч. на сайт отраслевого профсоюза, сайт Федерации профсоюзов Свердловской области www.fnpr.org и Федерации независимых профсоюзов России www.fnpr.ru

Правильная подача информации на сайте профсоюза - залог интереса к сайту - рост числа посетителей - повышение мотивации профчленства



Федерация профсоюзов Свердловской области

ПРЕСС-РЕЛИЗ

профсоюзной организации.
Написать просто.

- Объем пресс-релиза – не более 1 страницы формата А4.
- Шрифт в соответствии с инструкциями по делопроизводству - 14-й, желательно Times New Roman.
- Печатается на фирменном бланке профсоюзной организации.
- Если бланка нет, надо создать свою постоянную форму пресс-релиза.
- Обязательно - **ЛОГОТИП** профсоюзной организации.
Можно использовать логотип Федерации независимых профсоюзов России, Федерации профсоюзов Свердловской области, отраслевого профсоюза. Можно ставить два логотипа – слева профсоюзный логотип, справа – логотип предприятия (учреждения).
- Полное название профсоюзной организации. Если есть сокращенное название – разместить ниже, под полным названием.
- **ДАТА** написания пресс-релиза.

Текст пресс-релиза содержит 3 блока:

- **ЛИД** - первый и самый важный блок, отвечает на вопросы: **что? где? когда происходит? (или кто? когда? где? что делает?)**
- **ТЕЛО** пресс-релиза - подробности (предыстория события, возможные участники, последствия и т.д.). Возможен акцент, цитата и т.д.
- **БЭКГРАУНДЕР** - справочная информация, **КОНТАКТЫ** ответственного лица (*председателя профсоюзного комитета, председателя информационной комиссии профкома (обкома) профсоюза и т. д.*): адрес местонахождения, схема проезда (если это анонсируется мероприятие), телефон, электронная почта.

- Если нужна аккредитация или оформление пропуска через проходную – указать обязательно, до какого времени это можно сделать и куда направлять данные.
- Не допускается сокращений Ф.И.О. – указывать полные фамилию и имя.
- Аббревиатуры допускаются только после полной расшифровки названия.
Например, в первом предложении – Федерация профсоюзов Свердловской области (ФПСО)... В следующих предложениях можно использовать ФПСО.
- Не допускаются восклицательные предложения, большое количество эпитетов.
- Рассылка пресс-релиза – через электронную почту профсоюзной организации.



Федерация профсоюзов Свердловской области

www.fnpr.org

Департамент социальных гарантий и информации
8 (343) 371-21-07 e-mail pressa@fnpr.org скайп a371-21-07

КАК ПРОВЕСТИ ПРЕСС-КОНФЕРЕНЦИЮ

(Краткая инструкция для профсоюзного активиста)

Пресс-конференция – мероприятие для журналистов, приуроченное к определенному информационному поводу.

Информационный повод – основание для обращения в СМИ по ключевому событию, которое может заинтересовать аудиторию СМИ; важная, оперативная, актуальная информация или календарное событие; служит формированию взгляда общественности на предмет информповода.

Пресс-кит – комплект текстовых, фото и аудиодокументов с информацией для СМИ.

Подготовительный этап

- 1. Определить цель** (привлечь внимание общественности, обратиться к соопартнерам, рассказать о конкретном успехе профсоюза, решении проблемы, анонсировать событие, разъяснить требования, позицию профсоюзов).
- 2. Определить информповод.** Для профсоюзов это часто - Первомай, 7 октября; акция по защите прав работников; ход переговоров; годовщина профорганизации; подписание колдоговора, соглашения и т. д.
- 3. Определить ньюсмейкеров** (1-4 чел., максимально компетентные в теме пресс-конференции: первые лица профорганизации, профактив).
- 4. Подготовить помещение** («задник» с названием и логотипом профсоюза; таблички с Ф. И. О., должностями выступающих; микрофоны, стаканы, вода в маленьких бутылках; наличие розеток, вай-фая, освещения, возможности демонстрации презентации и т.д.). Таблички, направляющие к месту проведения пресс-конференции. Обеспечить проход журналистов к помещению.
- 5. Определить дату** (вторник-четверг, первая половина дня).
- 6. Написать за 4-5 дней анонсирующий пресс-релиз** (см. Листовку ФПСО «Как написать пресс-релиз»).
- 7. Разослать пресс-релиз в СМИ** (предварительно сформировать базу данных СМИ: адреса электронной почты, тел., Ф. И. О. редакторов, журналистов, специализацию СМИ).
- 8. Накануне - напоминающий пресс-релиз; обзвон СМИ** (получен ли редакцией пресс-релиз, известны ли имена конкретных журналистов (съёмочной бригады)).
- 9. Подготовить пресс-кит** (пресс-релиз, резолюция, обращение профсоюза, история и структура профорганизации, действующие контакты, биография профлидера, материалы и фотографии по теме пресс-конференции, в т. ч. в электронном виде и т. д.).

Проведение пресс-конференции

1. Провести регистрацию СМИ по готовому списку, раздать пресс-кит.
2. Общее время пресс-конференции - не более 30-40 мин.
3. Представить выступающих журналистам.
4. Первый выступающий – до 5 мин. Второй – до 3 мин. Третий – до 1 мин. Без повторов.
5. После выступления участников уточнить у журналистов, есть ли еще вопросы.
6. Закончить пресс-конференцию, поблагодарить всех за участие.
7. По возможности обеспечить кофе-брейк.

После пресс-конференции

Провести мониторинг опубликованных (вышедших в эфире) материалов; отследить реакцию читателей в форумах СМИ; обеспечить ответную реакцию профсоюза.

Если пресс-конференция планировалась в перерыве какого-либо мероприятия, лично подводите журналистов к ньюсмейкерам по очереди.

Помните: мы все находимся в едином информационном поле, создаем его совместно, определяя имидж профсоюзов – мощной организации, стоящей на защите прав и интересов людей труда; равноправной стороны в системе социального партнерства «власть – бизнес – профсоюзы как законные представители наемных работников».



www.fnpr.org

САЙТ, ПОЛЕЗНЫЙ ДЛЯ КАЖДОГО ЧЛЕНА ПРОФСОЮЗА

САЙТ WWW.FNPR.ORG ОБЪЯСНЯЕТ

Что такое профсоюз, почему он так важен для современного работника, и что такое ФПСО:

- входит в состав Федерации независимых профсоюзов России;
- объединяет свыше 700 тысяч работников Свердловской области;
- самая мощная среди общественных организаций на Урале и третья по численности профсоюзное объединение среди регионов России.

Подробнее – раздел сайта «Визитка», подраздел «Структура».

САЙТ WWW.FNPR.ORG ПОКАЗЫВАЕТ

В новостях, информациях, материалах сайта - ежедневная работа ФПСО.

- координация работы отраслевых профсоюзов на территории региона по защите трудовых прав и социальных гарантий членов профсоюзов, забота о качестве их жизни и здоровье;
- представительство работников в переговорах с социальными партнерами (властью и бизнесом), участие в трехсторонних комиссиях, антикризисных штабах и т. д.;
- представительство в трудовых конфликтах – в суде и комиссии по трудовым спорам, расследовании несчастных случаев на производстве;
- профессиональная и ориентированная на человека труда экспертиза законопроектов, лоббирование нормативных актов социальной направленности;
- контроль за соблюдением трудового законодательства, требований охраны труда на предприятиях области, в т. ч. совместные проверки с прокуратурой и Гострудинспекцией.

Подробнее – раздел сайта «Визитка», подраздел «Направления работы»; раздел «Новости», раздел «Профсоюз помог»; раздел «За безопасный труд!», раздел «Оздоровление и отдых».

САЙТ WWW.FNPR.ORG ПРОСВЕЩАЕТ

Разные документы, касающиеся социально-экономической сферы – от трехсторонних соглашений по регулированию социально-трудовых отношений, по минимальной заработной плате, нормативных актов, областных законов, указов губернатора, постановлений правительства области до постановлений президиума и Совета ФПСО – раздел «Библиотека» (подразделы «Документы», «Тематические брошюры», «Досье профактивиста», «Иннопром») и раздел «Социальное партнерство».

САЙТ WWW.FNPR.ORG ОРГАНИЗУЕТ

В разделах «Вступай в профсоюз», «Е-профсоюз», «Проведи профсоюзное собрание» - можно узнать, как создать новую профсоюзную организацию, как вступить в профсоюз, как провести профсоюзное собрание, как перечислить взносы через банкомат, как оформить дисконтную карту и др.

САЙТ WWW.FNPR.ORG ПОМОГАЕТ

Получить ответы на волнующие вопросы по защите прав и интересов работник может, зайдя в раздел «Проконсультируйся у юристов».

САЙТ WWW.FNPR.ORG ОБЪЕДИНЯЕТ

Солидарность – главная сила профсоюзов. Профактивистам настоятельно рекомендуется раздел «Прояви солидарность!» и его рубрики «Письма солидарности», «Участвуй в акциях профсоюзов!».

САЙТ WWW.FNPR.ORG ДЕЛАЕТ НАС БЛИЖЕ

ФПСО – это организация, доступная для каждого. Пишите, звоните, приходите – смотрите раздел «Визитка», подраздел «Контакты».

Постановление Исполкома ФНПР от 20.07.2016 № 5-9

О Медиа-конкурсе имени радиожурналиста Я. С. Смирнова

В порядке совершенствования поощрения организаций и представителей средств массовой информации, пропагандирующих деятельность профсоюзов и формирующих их позитивный имидж в обществе, а также в соответствии с рекомендациями Постоянной комиссии Генсовета ФНПР по информационной политике Исполнительный комитет ФНПР постановляет:

1. Преобразовать Конкурс имени радиожурналиста Я.С.Смирнова и Конкурс на лучший профсоюзный сайт в Интернете в Медиа-конкурс имени радиожурналиста Я.С.Смирнова, утвердить соответствующее Положение (прилагается).

2. Считать утратившими силу:

 постановления Исполкома ФНПР от 26.12.2007 № 6-2 «Об утверждении новой редакции Положения о конкурсе имени радиожурналиста Я.С. Смирнова» и № 6-3 «Об утверждении новой редакции Положения о конкурсе на лучший профсоюзный сайт в Интернете и состава жюри конкурса»;

 постановления Исполкома ФНПР от 24.12.2008 № 7-10 «О внесении изменений в Положение о конкурсе имени радиожурналиста Я.С.Смирнова» и № 7-11 «О внесении изменений в Положение о конкурсе на лучший профсоюзный сайт в Интернете»;

 распоряжение ФНПР от 26.08.2013 № 169 «О внесении изменений в Положение о конкурсе имени радиожурналиста Я.С.Смирнова».

ПОЛОЖЕНИЕ О МЕДИА-КОНКУРСЕ ИМЕНИ РАДИОЖУРНАЛИСТА Я.С.СМИРНОВА

1. Медиа-конкурс имени радиожурналиста Я. С. Смирнова преобразован из конкурсов: имени радиожурналиста Я. С. Смирнова, на лучший профсоюзный сайт в Интернете для дальнейшего совершенствования информационной работы профсоюзных организаций.

2. Цель конкурса – стимулирование расширения социально-трудовой проблематики в печатных, электронных СМИ и интернет-ресурсах профсоюзных организаций, пропаганда решений ФНПР и ее членских организаций, поддержка объективного освещения деятельности российских профсоюзов.

3. Участники конкурса:

в конкурсе могут участвовать журналисты, редакционные коллективы, пресс-службы, авторы блогов в социальных сетях, Интернет-ресурсы профсоюзных организаций уделяющие последовательное внимание пропаганде профсоюзной деятельности и распространению социально-трудовой проблематики, формирующие позитивный имидж профсоюзов в обществе.

4. Основные темы, отражаемые в конкурсных материалах:

- деятельность ФНПР и ее членских организаций;
- экономика для блага человека труда;
- коллективный договор и социальное партнерство;
- социальная защита и социальные гарантии;
- достойная зарплата за достойный труд;
- рынок труда и занятость;
- социальное страхование;
- охрана труда;
- правозащитная деятельность;
- коллективные действия за единство, солидарность и справедливость;
- труд и отдых наемных работников и членов их семей;
- пенсионное обеспечение;
- профсоюзы и органы власти;
- профсоюзы как один из базовых институтов социального государства;
- образ рабочего человека, борьба и труд наших современников;
- работа первичных профсоюзных организаций;
- мотивация профсоюзного членства;
- профсоюзы и молодежь.

5. Номинации конкурса:

«Журналист года» - автор материалов в печатных, электронных СМИ, в том числе в социальных сетях, чьи публикации в наибольшей степени содействовали осуществлению профсоюзной деятельности;

«Эффективность» – пресс-служба, либо редакционный коллектив, оказавший значимую поддержку проведению профсоюзных акций и кампаний, приведших к достижению конкретных результатов по защите прав и интересов членов профсоюзов;

«Социальный аккаунт» - профсоюзный веб-сайт, отмеченный инновационными разработками, высокой посещаемостью и способствующий росту доверия к профсоюзам, созданию новых профсоюзных организаций.

6. Основные требования к предоставляемым материалам и веб-сайтам:

к участию в конкурсе допускается журналистская работа, обладающая такими признаками, как доступность изложения материала, новизна подачи текста, публицистичность; точность и достоверность; глубина анализа и адекватность раскрытия проблемы; соответствие этическим принципам журналистики;

в отношении веб-сайта рассматриваются его содержательность, информативность и технические характеристики, включая наличие не менее пяти разделов, отражающих историю и традиции профсоюзной организации, официальные документы, новости, юридические вопросы и оказание юридической помощи членам профсоюза и первичным организациям. При этом имеющиеся на сайте ссылки должны быть работающими, дизайн сайта - оригинальным, контактная информация - интерактивной.

7. Награды лауреатов конкурса:

победителям конкурса вручаются почетные дипломы лауреатов и ценные призы в каждой номинации;

участникам конкурса, не вошедшим в число призеров конкурса, но продемонстрировавшим высокий профессиональный уровень информационной работы, вручаются почетные дипломы участников и до десяти поощрительных призов.

8. Порядок выдвижения работ (веб-сайтов) и подведения итогов:

выдвижение работ на конкурс производится профсоюзными организациями, редакциями изданий, информационных агентств, радио и телевидения, индивидуальными авторами;

при выдвижении работ организацией на сопроводительных документах должны быть обозначены имя автора и дата публикации, сопровождаемые письменным подтверждением руководителя о том, что конкурсант является автором работы, опубликованной или вышедшей в эфир в указанные сроки, а соответствующее ходатайство подписывается руководителем и заверяется печатью;

на конкурс принимаются как отдельные материалы, так и тематические циклы в жанрах очерка, интервью, статьи, телевизионной и радиопередачи и других, опубликованные в центральной, региональной, многотиражной и профсоюзной прессе и выпущенные в эфир в конкурсном году;

печатные работы представляются по почте в виде оригиналов статей или их копий, заверенных печатью; аудио- и видеоработы - в виде эфирных справок в сопровождении копий радио- или телевизионной передачи в формате DVD, CD или на электронном носителе, либо по электронной почте;

заявки в номинации «Социальный аккаунт» направляются по почте на бланке организации с подписью руководителя и дублируются по электронной почте с указанием ссылки на выдвигаемый на конкурс веб-сайт;

материалы, опубликованные в социальных сетях, направляются в виде ссылок по электронной почте в сопровождении официально заверенных организацией распечаток, направляемых на почтовый адрес;

вместе с работами, выдвигаемыми на конкурс, автор представляет в жюри краткие сведения о себе, а именно: фамилия, имя и отчество, литературный псевдоним (если имеется), принадлежность к творческим союзам, место работы и занимаемая должность, служебный и домашний адреса с почтовым индексом, телефоны, паспортные данные, включая дату рождения, номера ИНН и карточки пенсионного страхования;

заявки на конкурс, поступившие от организации, уже ставшей победителем конкурса в номинации «Социальный аккаунт», не рассматриваются, за исключением выдвижения принципиально новых версий веб-сайта;

прием конкурсных работ производится до 31 декабря каждого года. Представленные на конкурс материалы не возвращаются и не рецензируются.

почтовый адрес для направления заявок: 119119, г. Москва, Ленинский проспект, д. 42, Департамент общественных связей Аппарата ФНПР, комн. 35-01 с пометкой «На Медиа-конкурс им. Я. С. Смирнова»;

электронный адрес для направления заявок: pressa-fnpr@yandex.ru.

подведение итогов конкурса, присуждение премий и торжественное награждение победителей производится ежегодно на заседании Генерального Совета ФНПР.

9. Жюри конкурса:

представленные на конкурс работы оцениваются жюри, возглавляемым Председателем ФНПР, который при необходимости вносит изменения в Состав жюри конкурса, число номинаций и количество премий;

жюри вправе отказать заявителю на участие в конкурсе на основании несоответствия требованиям настоящего положения;

победители конкурса определяются путем независимого тайного голосования членов жюри в соответствии с критериями, установленными данным положением.

10. Финансовое и информационное обеспечение конкурса:

Расходы на приобретение ценных подарков и на проведение церемонии награждения лауреатов конкурса производятся за счет средств ФНПР. Информация о результатах проведения конкурса размещается в соответствующем разделе официального сайта ФНПР, а также в центральной профсоюзной газете «Солидарность».

11. Состав жюри Медиа-конкурса:

Шмаков Михаил Викторович	председатель жюри, Председатель Федерации Независимых Профсоюзов России
Исаев Андрей Константинович	заместитель председателя Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации
Корнеев Владимир Олегович	руководитель Департамента общественных связей Аппарата ФНПР
Петров Дмитрий Дмитриевич	веб-дизайнер, главный художник центральной профсоюзной газеты «Солидарность»
Поздняков Алексей Александрович	специальный корреспондент общественно-политической газеты «Труд»
Шершуков Александр Владимирович	секретарь ФНПР, главный редактор центральной профсоюзной газеты «Солидарность»

Федерация профсоюзов Свердловской области

ПРЕЗИДИУМ ПОСТАНОВЛЕНИЕ

30.03.2017

№ 10-5

г. Екатеринбург

О проведении II областного фотоконкурса
Федерации профсоюзов Свердловской области
«БОРОТЬСЯ И ПОБЕЖДАТЬ»

В 2016 г. согласно решению президиума Федерации профсоюзов Свердловской области от 20.11.2015 г. № 1-4 был проведен I областной фотоконкурс, который стал региональным этапом фотоконкурса ФНПР «Профсоюзы и общество».

2017 год по решению Генерального Совета Федерации независимых профсоюзов России объявлен Годом профсоюзной информации. Исполкомом ФНПР принято решение об учреждении фотоконкурса «Бороться и побеждать» (Постановление от 01.03.2017 г. № 1-4) в рамках совершенствования информационной деятельности профсоюзов; пропаганды форм и методов борьбы за права и интересы трудящихся - от масштабных общероссийских коллективных акций до повседневной работы профсоюзных организаций всех уровней.

II областной фотоконкурс ФПСО должен стать отборочным этапом фотоконкурса ФНПР, и работы, направляемые на данный региональный этап, должны полностью соответствовать требованиям, заявленным ФНПР, по техническим характеристикам, срокам и тематическому содержанию.

Президиум Федерации профсоюзов Свердловской области
ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Провести в 2017 году областной фотоконкурс Федерации профсоюзов Свердловской области в качестве регионального этапа фотоконкурса ФНПР «Бороться и побеждать».

2. Утвердить Положение о II областном фотоконкурсе ФПСО «Бороться и побеждать».

3. Членским профсоюзным организациям, координационным советам профсоюзов, городским и районным комитетам, первичным профсоюзным организациям принять участие в областном фотоконкурсе ФПСО, провести отборочные этапы конкурса внутри своих организаций.

4. На страницах газеты «Вестник профсоюзов Свердловской области», сайте ФПСО www.fnpr.org, печатных изданиях и интернет-сайтах областных отраслевых профсоюзных организациях (журналах, газетах, информационных бюллетенях, информационных листках и т.д.) освещать ход фотоконкурса.

5. Комиссии Совета Федерации по социальным гарантиям и информации (председатель В.Г.Высоцкая) совместно с департаментом социальных гарантий и информации (руководитель департамента А.Т. Сгибнева):

5.1. Подвести итоги конкурса до 1 ноября 2017 года с награждением победителей на торжественном праздновании 100-летия со дня создания профсоюзного движения Свердловской области 1 февраля 2018 года.

6. Департаменту социальных гарантий и информации (руководитель А.Т.Сгибнева):

6.1. организовать фотовыставку работ участников фотоконкурса;

6.2. работу, занявшую I место в фотоконкурсе, и лучшие 10 работ отправить для участия на фотоконкурс ФНПР.

7. Финансовому отделу ФПСО (руководитель Л.А.Баранникова) предусмотреть в пределах сметы доходов и расходов на 2017 год сумму на награждение победителя областного фотоконкурса в размере 10 тысяч рублей и провести его поощрение на основании совместного решения постоянной комиссии Совета Федерации по социальным гарантиям и информации (председатель В.Г.Высоцкая) и департамента социальных гарантий и информации (руководитель департамента А.Т.Сгибнева).

Председатель Федерации профсоюзов

А.Л. Ветлужских

ПОЛОЖЕНИЕ
II областного фотоконкурса
Федерации профсоюзов Свердловской области
«БОРОТЬСЯ И ПОБЕЖДАТЬ»

Во II областном фотоконкурсе Федерации профсоюзов Свердловской области «Бороться и побеждать» (далее фотоконкурс) участвуют члены профсоюзов и членские организации ФПСО, организации профсоюзов на договорной основе, районные, городские, первичные профсоюзные организации, Молодёжный совет ФПСО.

Содержание и основные направления представляемых на конкурс фотоматериалов должны иллюстрировать деятельность профсоюзов по защите прав и законных интересов трудящихся и могут включать следующие темы: коллективные действия профсоюзов; социальное партнерство в действии; достойная зарплата за добросовестный труд; рынок труда и занятость; обеспечение безопасного и здорового труда; правозащитная деятельность; социальная защита и социальные гарантии.

1. Цели и задачи

Цель фотоконкурса – в Год профсоюзной информации активно содействовать средствами профессионального и любительского фотоискусства активному распространению профсоюзной идеологии, росту авторитета профсоюзов в обществе, мотивации профсоюзного членства и организационному укреплению профсоюзных рядов.

2. Порядок проведения фотоконкурса

2.1. Руководство областным фотоконкурсом ФПСО осуществляет департамент социальных гарантий и информации Федерации профсоюзов Свердловской области.

Конкурсный отбор фоторабот и определение победителя областного фотоконкурса проводится совместно постоянной комиссией Совета ФПСО и департаментом социальных гарантий и информации.

2.2. В профорганизациях, проводящих отборочные этапы областного фотоконкурса, руководство фотоконкурсом осуществляют соответствующие оргкомитеты и жюри, разрабатываются положения, награждаются победители.

2.3. Областной фотоконкурс проводится в два этапа:

I этап проводится в членских организациях ФПСО, организациях профсоюзов на договорной основе, районных, городских, первичных профсоюзных организациях, Молодёжном совете ФПСО с 10 апреля по 10 сентября 2017 года;

II этап проводится с 30 сентября по 30 октября 2017 года.

2.4. По итогам I этапа фотоконкурса членские организации ФПСО, организации профсоюзов на договорной основе, районные, городские, первичные профсоюзные организации, Молодёжный совет ФПСО направляют до 30 сентября 2017 года в департамент социальных гарантий и информации краткую информацию о проделанной работе, в т. ч. об итоговых выставках лучших фоторабот, поощрении победителей. В департамент также направляются (согласно п. 4.1. Положения) в электронном виде не более 20 лучших фотографий от членской организации ФПСО и не более 10 от остальных организаций профсоюзов.

2.5. Фотоработы, представленные на фотоконкурс, не рецензируются и обратно не возвращаются.

2.6. Жюри вправе отклонить заявку на участие в Конкурсе в случае несоответствия материалов требованиям настоящего Положения.

2.7. Авторы фоторабот предоставляют ФПСО право на некоммерческое использование фотографий без их предварительного уведомления и без выплаты какого-либо вознаграждения;

2.8. В случае возникновения претензии со стороны лиц, фигурирующих на фотографиях, представленных участниками на Конкурс, при публикации или экспонировании на выставке в рамках мероприятий ФПСО, ответственность несут авторы фотографий;

2.9. Участие в Конкурсе означает согласие с условиями данного Положения.

3. Критерии оценки конкурсных работ

3.1. Фотографии оцениваются по следующим критериям:

- соответствие целям и задачам фотоконкурса;
- композиционное решение;
- выразительность;
- оригинальность.

Жюри фотоконкурса будет приветствовать умение автора показать в фотоработе динамичные ситуации, интересные мизансцены, раскрыть внутренний облик героев снимка, дать свою оценку тех или иных событий.

4. Требования к работам

4.1. Жюри фотоконкурса принимает фотоработы, созданные авторами в год подачи заявки (2017 год) в электронном виде или на электронном носителе с разрешением не менее 300 dpi. Размер изображения – не более 3500 пикселей по длинной стороне.

4.2. К фотоматериалам необходимо приложить сопроводительный лист с изложением событий, отражаемых на снимках; указанием организации,

направляющей конкурсный материал, названием фоторабот, Ф.И.О. автора, номера контактного телефона.

4.3. Материалы направляются по адресу: г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д. 34, каб. 210, справки по тел. 8 (343) 269-41-54, e-mail ulia@fnpr.org

4.4. Коллажи с использованием графических электронных редакторов на фотоконкурс не принимаются.

5. Подведение итогов и награждение

5.1. Представленные на фотоконкурс работы оцениваются жюри в составе Постоянной комиссии Совета ФПСО по социальным гарантиям и информации и департамента социальных гарантий и информации ФПСО.

Итоги областного фотоконкурса подводятся в срок до 1 ноября 2017 года.

5.2. Премииальный фонд фотоконкурса составляет 10 000 рублей. Работа (работы), занявшая (-ие) I место в областном фотоконкурсе награждается (-ются) Почетным дипломом ФПСО и денежной премией.

5.3. Лучшие 10 работ по итогам областного конкурса ФПСО отправляются для участия во Всероссийском фотоконкурсе ФНПР до 25 декабря 2017 года.

5.4. Фотоработы, представленные на областной фотоконкурс, публикуются в газете «Вестник профсоюзов Свердловской области», на сайте ФПСО www.fnpr.org, размещаются на фотовыставках, в том числе в рамках торжественного празднования Дня профсоюзного активиста 1 февраля 2018 года.

Федерация профсоюзов Свердловской области

ПРЕЗИДИУМ ПОСТАНОВЛЕНИЕ

30.03.2017

№ 10-4

г. Екатеринбург

О IX областном конкурсе профсоюзного агитплаката

По решению Генерального Совета Федерации независимых профсоюзов России 2017 год объявлен Годом профсоюзной информации. «Преодоление застойных и иных преград распространения информации внутри профсоюзных структур, доведение аргументированной профсоюзной позиции до широкой общественности и акцент на работу с мнениями людей – таким должен быть наш ответ на антипрофсоюзную агитацию и пропаганду», - говорится в Постановлении Генсовета ФНПР от 26.10.2016 г. № 5-4 «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР». Таким образом, усиление пропаганды и агитации профсоюзов, использование в этих целях различных инструментов информационной работы является важнейшей задачей, которую необходимо решать в Год профсоюзной информации. Наглядная агитация, одной из эффективных форм которой является агитационный плакат, призвана выражать и распространять основные идеи профсоюзного движения, побуждать работников к активным действиям (вступлению в ряды профсоюзов; участию в мероприятиях профсоюзов и поддержке позиции профсоюзов; борьбе за законные трудовые права и социальные гарантии и др.).

Областной конкурс профсоюзного агитплаката согласно постановлению президиума ФПСО проводится ежегодно, с подведением итогов к 1 февраля - Дню профактивиста и Дню создания профсоюзного движения Свердловской области, тиражированием работ-победителей и их дальнейшим распространением, размещением на профсоюзных стендах предприятий и организаций Свердловской области. В 2016 году для участия в конкурсе было представлено 114 работ от 23 профсоюзных организаций. Это самое большое количество участников за все годы с момента учреждения конкурса. В то же время с учетом числа членских организаций ФПСО, координационных советов профсоюзов в муниципальных образованиях, первичных профсоюзных организаций организационный, творческий и идейный потенциал членов профсоюзов раскрыт не в полной мере. Практически ежегодно одни и те же профсоюзные организации показывают высокий уровень активности при проведении областного конкурса профсоюзного агитплаката. Ряд организаций ни разу не представляли работы своих членов профсоюзов, в том числе, по причине недооценки важности информационной,

пропагандистской, агитационной работы; формального отношения к исполнению решений, принятых вышестоящими профсоюзными органами.

В соответствии с Резолюцией IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов», в Год профсоюзной информации следует многократно усилить внимание к информационной работе как действенному механизму роста и сплочения профсоюзных рядов; принимать участие в мероприятиях в рамках реализации информационной политики профсоюзов, где областной конкурс профсоюзного агитплаката ФПСО занимает значимое место.

Президиум Федерации профсоюзов Свердловской области
ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Провести в 2017 г. IX областной конкурс профсоюзного агитплаката ФПСО.

2. Утвердить Положение о проведении областного конкурса профсоюзного агитплаката ФПСО (*приложение № 1*).

3. Членским организациям ФПСО, координационным советам профсоюзов в муниципальных образованиях, первичным профсоюзным организациям принять более активное участие в IX областном конкурсе профсоюзного агитплаката с проведением отборочных этапов конкурса внутри своих организаций.

4. На страницах газеты «Вестник профсоюзов Свердловской области», сайте ФПСО www.fnpr.org, печатных изданиях и интернет-сайтах областных отраслевых профсоюзных организациях осветить конкурс.

5. В преддверии 100-летия создания профсоюзного движения Свердловской области, которое будет отмечаться в 2018 году, считать основными темами конкурса профсоюзного агитплаката следующие темы: «100 лет свердловским профсоюзам»; «100 лет на защите прав и интересов трудящихся»; «100 лет борьбы за права работников».

6. Определить срок подачи работ на конкурс с 1 ноября до 25 декабря 2017 года.

7. Комиссии Совета ФПСО по вопросам социальных гарантий и информации (председатель В. Г. Высоцкая) совместно с департаментом социальных гарантий и информации (руководитель А. Т. Сгибнева) подвести итоги конкурса с награждением победителей на торжественном праздновании 100-летия со дня создания профсоюзного движения Свердловской области 1 февраля 2018 года.

8. Финансовому отделу ФПСО (руководитель Л. А. Баранникова) предусмотреть в пределах сметы доходов и расходов на 2017 год призовой фонд в размере 65 тысяч рублей и провести поощрение победителей IX областного конкурса профсоюзного агитплаката на основании совместного решения постоянной комиссии Совета Федерации по социальным гарантиям и информации (председатель В. Г. Высоцкая) и департамента социальных гарантий и информации (руководитель департамента А. Т. Сгибнева).

Председатель Федерации профсоюзов

А.Л. Ветлужских

ПОЛОЖЕНИЕ

о проведении областного конкурса профсоюзного агитплаката Федерации профсоюзов Свердловской области

1. Общие положения

1.1. Смотр-конкурс проводится среди членов профсоюзов и членских организаций Федерации профсоюзов Свердловской области, координационных советов профсоюзных организаций в муниципальных образованиях, первичных профсоюзных организаций и профсоюзных организаций, сотрудничающих с ФПСО на договорной основе.

1.2. Руководство областным конкурсом агитплаката ФПСО осуществляет департамент социальных гарантий и информации Федерации профсоюзов Свердловской области.

Победителей смотра-конкурса определяет жюри в составе членов постоянной комиссии Совета Федерации по социальным гарантиям и информации при участии специалистов департамента социальных гарантий и информации Федерации профсоюзов Свердловской области.

1.3. В профорганизациях, проводящих отборочные этапы областного конкурса, руководство фотоконкурсом осуществляют соответствующие оргкомитеты и жюри, разрабатываются положения, награждаются победители.

2. Цели и задачи смотра-конкурса

Агитационный плакат является одной из эффективных форм наглядной агитации и призван доступно выражать, массово распространять и пропагандировать основные идеи профсоюзного движения; побуждать работников к активным действиям (вступлению в ряды профсоюзов; активному участию в мероприятиях профсоюзов и поддержке позиции профсоюзов; борьбе за законные трудовые права и социальные гарантии и др.).

Основными целями и задачами областного смотра-конкурса профсоюзного агитплаката ФПСО являются пропаганда профсоюза, агитация за профсоюз и против его оппонентов, мотивация профсоюзного членства.

3. Условия и порядок проведения смотра-конкурса

3.1. К участию в смотре-конкурсе допускаются как авторские, так и командные работы. К каждой конкурсной работе прилагается заявка установленного образца (прилагается). Количество плакатов, заявляемых на участие в конкурсе от одного автора (команды), не ограничено.

3.2. Конкурсные материалы могут быть выполнены на листе любого формата в любой технике исполнения (карандаши, краски, аппликация и т.п.),

а также созданы с помощью любого графического редактора. Требования к электронному изображению: формат jpg, разрешение не менее 300 dpi, размер – не более 3500 пикселей по длинной стороне.

3.3. Конкурсные материалы предоставляются в департамент социальных гарантий и информации ФПСО по адресу: г. Екатеринбург, ул. Р. Люксембург, 34, каб. 210 (e-mail: ylia@fnpr.org, тел. (343) 269-41-54) в оригинальном или электронном виде в сроки, определяемые в ежегодном постановлении президиума ФПСО.

3.4. Жюри вправе отклонить заявку на участие в Конкурсе в случае несоответствия материалов требованиям настоящего Положения.

3.5. Авторы предоставляют ФПСО право на некоммерческое использование их работ без их предварительного уведомления и без выплаты какого-либо вознаграждения.

3.6. Работы участников конкурса размещаются на сайте ФПСО www.fnpr.org, экспонируются на выставках в здании ФПСО и на выездных выставках в качестве наглядной агитации.

3.7. Участие в Конкурсе означает согласие с условиями данного положения.

4. Подведение итогов смотра-конкурса

4.1. Материалы, поступившие на смотр-конкурс, оцениваются по следующим критериям:

- идеологическое и тематическое содержание;
- актуальность и выразительность;
- композиционное решение и оригинальность;
- эстетичность и соответствие жанру агитационного плаката.

4.2. Победители смотра-конкурса награждаются дипломом Федерации профсоюзов Свердловской области и денежной премией в пределах общего премиального фонда, устанавливаемого постановлением президиума ФПСО. Размер каждой из этих премий устанавливается решением жюри.

4.3. Агитплакат-победитель смотра-конкурса издается в виде полноцветного плаката формата А3. Агитплакат, занявший второе место, издается в виде карманного календаря. Тиражи распространяются среди профсоюзных организаций Свердловской области.

4.4. Членские организации ФПСО, организовавшие внутриотраслевой этап областного смотра-конкурса, и профсоюзные организации, принявшие наиболее активное участие в проведении областного смотра-конкурса профсоюзного агитплаката ФПСО, поощряются по решению жюри, в том числе дипломом (благодарностью, благодарственным письмом) Федерации профсоюзов Свердловской области, поощрительной денежной премией (при наличии средств).

4.5. Итоги смотра-конкурса оформляются решением жюри, победители торжественно награждаются.

4.6. Информация о результатах проведения конкурса размещается на сайте ФПСО www.fnprg.org, а также в газете ФПСО «Вестник профсоюзов Свердловской области»».

Заявка
на участие в областном смотре-конкурсе профсоюзного агитплаката
Федерации профсоюзов Свердловской области

ФИО автора * (полностью)	
Наименование организации (предприятия)	
Должность	
Наименование профсоюзной организации	
Контактный телефон	
Электронная почта	

* если агитплакат – командная работа, то указать ФИО (полностью) и должность всех авторов.

КОНТАКТЫ

Федерация независимых профсоюзов России

119119 г. Москва, Ленинский проспект, 42
тел.: 8 (495) 938-73-12, факс 8 (499) 137-06-94
e-mail: shmakov@fnpr.ru

www.fnpr.ru

Председатель: Шмаков Михаил Викторович

Секретарь ФНПР по информационной работе

Шершуков Александр Владимирович

тел.: 8 (495) 688-37-00

e-mail: info@solidarnost.org

Департамент общественных связей Федерации независимых профсоюзов России:

Руководитель: Корнеев Владимир Олегович

тел.: 8 (495) 938-84-18

e-mail: pressa-fnpr@yandex.ru

pressa@fnpr.ru

Центральная профсоюзная газета «Солидарность»

129090, г. Москва, пер. Протопоповский, д. 25

тел.: 8 (495) 688-37-00

e-mail: info@solidarnost.org

www.solidarnost.org

Главный редактор: Шершуков Александр Владимирович

Федерация профсоюзов Свердловской области

г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д. 34

e-mail: fpso@mail.ru

www.fnpr.org

тел. 8 (343) 371-56-46

Председатель: Ветлужских Андрей Леонидович

Департамент социальных гарантий и информации ФПСО

Руководитель: Сгибнева Аксана Тимиржановна

г. Екатеринбург, ул. Розы Люксембург, д. 34, офис 211

тел. 8 (343) 371-21-07

e-mail: pressa@fnpr.org

СОДЕРЖАНИЕ

	Стр.
1. Указ Губернатора Свердловской области от 25.09.2017 г. № 521-УГ «О проведении в Свердловской области мероприятий, посвящённых 100-летию Федерации профсоюзов Свердловской области»	3
2. Концепция информационной политики ФНПР	4
3. Резолюция IX съезда ФНПР «Эффективная информационная работа – инструмент укрепления профсоюзов»	16
4. Резолюция VII съезда ФНПР по информационной работе «Информационная работа: ориентир на члена профсоюза»	18
5. Примерное положение об информационном подразделении членской организации ФНПР	20
6. Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций	24
7. Минимальный стандарт информационного обеспечения для общероссийских, межрегиональных профсоюзов	32
8. Минимальный стандарт информационного обеспечения для территориальных объединений организаций профсоюзов	33
9. Постановление Генсовета ФНПР от 26 октября 2016 года № 5-4 «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР»	34
10. Доклад секретаря ФНПР, главного редактора Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» А. В. Шершукова на Генеральном Совете Федерации независимых профсоюзов России 26.10.2016 г.	38
11. Выступление руководителя департамента социальных гарантий и информации, пресс-секретаря ФПСО А. Т. Сгибневой на Генеральном Совете Федерации независимых профсоюзов России 26.10.2016 г.	44

12. Постановление Совета Федерации профсоюзов Свердловской области от 26.04.2017 г. № 4-2 «Информационная работа профсоюзов на современном этапе» 48
13. Доклад председателя ФПСО А. Л. Ветлужских на заседании Совета Федерации профсоюзов Свердловской области 55
14. Межрегиональный информационный семинар в рамках Международного форума «Инновации в профсоюзах – 2017» 11.07.2017 г. 62
15. Выступление председателя ФПСО А. Л. Ветлужских на Межрегиональном информационном семинаре 11.07.2017 г. 66
16. Выступление руководителя департамента социальных гарантий и информации, пресс-секретаря ФПСО А. Т. Сгибневой на Межрегиональном информационном семинаре 11.07.2017 г. 68
17. Правовой режим предоставления информации работодателем профсоюзу 73
18. Положения рекомендации МОТ № 129 от 28.06.67 о связях между администрацией и трудящимися на предприятии, применимые к предоставлению информации профсоюзам 75
19. Предоставление информации работодателем профсоюзу и коммерческая тайна 76
20. Особенности права профсоюза на информацию при передаче персональных данных работников 78
21. Нарушение законодательства Российской Федерации в области персональных данных 80
22. Соглашение о сотрудничестве и взаимодействии между Федерацией профсоюзов Свердловской области и Свердловским творческим союзом журналистов на 2016-2018 гг. 83

Агитационные материалы

- | | | |
|-----|---|----|
| 23. | Листовка «Информационная структура профсоюзов» | 85 |
| 24. | Листовка «Образец профсоюзного стенда» | 86 |
| 25. | Листовка «Структура профсоюзного сайта (примерная схема) | 87 |
| 26. | Листовка «Пресс-релиз профсоюзной организации. Написать просто» | 88 |
| 27. | Листовка «Как провести пресс-конференцию (краткая инструкция для профсоюзного активиста)» | 89 |
| 28. | Листовка «www.fnprg.org - сайт, полезный для каждого члена профсоюза» | 90 |

Информационно-пропагандистские конкурсы

- | | | |
|-----|--|-----|
| 29. | Постановление Исполкома ФНПР от 20.07.2016 № 5-9 «О Медиа-конкурсе имени радиожурналиста Я. С. Смирнова» | 91 |
| 30. | Постановление президиума Федерации профсоюзов Свердловской области от 30.03.2017 г. № 10-5 «О проведении II областного фотоконкурса Федерации профсоюзов Свердловской области «БОРОТЬСЯ И ПОБЕЖДАТЬ» | 96 |
| 31. | Постановление президиума Федерации профсоюзов Свердловской области от 30.03.2017 г. № 10-4 «О IX областном конкурсе профсоюзного агитплаката» | 101 |
| 32. | Контакты | 106 |

Досье профактивиста № 142

2017 год – Год профсоюзной информации

**Методические материалы (листовки) разработаны Сгибневой А. Т.
При использовании текстов выступлений, методических материалов
из данного досье ссылка на авторов выступлений/ материалов и
ФПСО обязательна.**

Ответственный за выпуск –
руководитель департамента социальных гарантий и информации,
пресс-секретарь Федерации профсоюзов Свердловской области
Сгибнева А.Т.

Составитель-
главный специалист департамента социальных гарантий и информации
Евдокимова Ю.В.

Федерация профсоюзов Свердловской области
620075, г. Екатеринбург, ул. Р.Люксембург, 34, офис 211, тел. 371-21-07
pressa@fnpr.org

Некоммерческое частное образовательное учреждение
дополнительного профессионального образования
«Учебно-методический центр профсоюзов Свердловской области»
620075, г. Екатеринбург, ул. Р. Люксембург, 34, офис 112, тел. 269-41-83
umc-6@list.ru



Рекламно-информационное агентство

тел. 8-912-240-29-10,
8-912-049-2222
e-mail: pr-prof@bk.ru

**ЛИСТОВКИ. БУКЛЕТЫ. ЖУРНАЛЫ. СТЕНДЫ. СУВЕНИРНАЯ
ПРОДУКЦИЯ.**

Изготовлено ООО «ПРофессионал»
по заказу НЧОУ ДПО «Учебно-методический центр профсоюзов Свердловской области».
Тираж 120 экз. Октябрь 2017 г.