

**Профессиональный союз работников народного образования и науки
Российской Федерации
ЛИПЕЦКАЯ ОБЛАСТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ**



*В помощь председателю,
ответственному за информационную работу
местной и первичной профсоюзной организации*

Информационный сборник № 18

**ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА
в профсоюзной организации**

**Липецк,
декабрь 2017 г.**

СОДЕРЖАНИЕ

Вступление.....	3
1. Понятие «информационная работа в Профсоюзе».....	4
2. О PR-технологиях в Профсоюзе.....	6
3. Что такое новости?	8
4. Наглядные информационные материалы	9
5. Обучение профактива	10
6. Реклама в Профсоюзе	11
7. Методические рекомендации по созданию и развитию Интернет - представительства.....	12
8. Профсоюзный уголок	19
9. Открытый (публичный) отчет доклад	20
10. Рекомендации ответственному за информационную работу в профсоюзной организации	22
11. Программа «Информационная работа в Липецкой областной организации Общероссийского Профсоюза образования»	24
12. Образец расположения материала в пресс-релизе	31
13. Схемы передачи информации	32

Уважаемые коллеги!

Липецкая областная организация Профсоюза работников народного образования и науки РФ насчитывает объединяет в своих рядах более 28 тысяч членов Профсоюза в 639 первичных профсоюзных организациях. В соответствии с Программой развития деятельности Профсоюза на 2015-2020 гг. важнейшими стратегическими целями развития Профсоюза являются его организационное, кадровое и финансовое укрепление, повышение профессионализма кадров и актива, совершенствование информационной составляющей уставной деятельности. Одной из основных программных задач Профсоюза в области информационной работы является формирование единого информационного пространства.

Информационная работа в деятельности профсоюзной организации любого уровня – традиционное направление, но сейчас, в условиях бурно развивающихся информационных технологий, способных молниеносно осуществлять не только передачу информации, но и обратную связь, роль ее существенно возрастает. Отсутствие качественной и достаточной информации о деятельности профсоюзных организаций всех уровней создает впечатление об их бездействии. Неслучайно 2017 год в Общероссийском Профсоюзе образования объявлен **годом профсоюзного PR-движения!**

Структура областной профсоюзной организации является многоуровневой, в каждом звене которой информационная работа имеет свои особенности и специфику. А в связи с тем, что отрасль образования – одна из самых динамично развивающихся, от нас требуется внедрение более активных и актуальных методов информационной работы. Профсоюзные активисты должны быть в курсе перемен и постоянно осваивать новые формы так называемого PR, теории управления и маркетинга, психологии влияния и управления персоналом, быть сведущими в журналистике, рекламе, дизайне, типографике и т.д.

В данном пособии мы затронули основные, на наш взгляд, стороны организации и ведения информационной работы в Профсоюзе. Мы старались донести до вас – возможности и ресурсы информационной работы, понимание, как важна эта работа для развития Профсоюза!

Надеемся, что пособие не только расширит профсоюзным кадрам и активу знания об этом направлении деятельности, но и поможет вести информационную работу в профсоюзных организациях отрасли более эффективно.

Желаем вам удачи в работе и всегда готовы оказать помощь!

Липецкий обком Общероссийского Профсоюза образования.

При подготовке данного пособия использованы материалы ЦС Общероссийского Профсоюза образования и опыт региональных организаций Профсоюза.

ПОНЯТИЕ «ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА В ПРОФСОЮЗЕ»

Под информационной профсоюзной работой мы понимаем комплекс организационных, издательских, технических, исследовательских и других мероприятий, цель которых – объективное и полное отражение сущности и задач деятельности Профсоюза в современных условиях, проводимой им работы по защите социально-экономических прав работников (обучающихся), популяризацию профсоюзных идей, создание положительного имиджа Профсоюза и усиление мотивации профсоюзного членства. Кроме того, немаловажным становится и получение обратной связи через сеть внештатных корреспондентов и ответственных за информационную работу в профсоюзных организациях всех уровней, а также от членов Профсоюза посредством социальных сетей. Все эти меры направлены на обеспечение функционирования **единого информационного пространства Профсоюза.**

Для эффективной работы сегодня Профсоюзу необходимы хорошо налаженные информационные потоки в обоих направлениях: сверху вниз и снизу вверх. Информация на всех уровнях должна быть актуальной и прикладной, должна помогать формированию единой профсоюзной позиции и ознакомлению с ней каждого члена Профсоюза, всех заинтересованных организаций и общества в целом. Можно без преувеличения сказать, что наличие у Профсоюзов собственной информационной политики и ее реализация становится одним из важнейших условий их существования.

В Концепции информационной политики Профсоюза одной из важнейших задач сегодня ставится формирование правильного представления о сущности профсоюзных организаций в современных условиях. Отмечается необходимость преодоления пассивного, потребительского отношения к Профсоюзу, как к сторонней организации. Одной из главных проблем профсоюзов сегодня является недостаточная осведомленность их членов и общества в целом об их деятельности. В общественном сознании и средствах массовой информации проблемы современного профсоюзного движения не находят адекватного отражения. Общество не получает истинного представления о характере деятельности профсоюзов, их возможностях по защите прав и интересов трудящихся, а со стороны государственной власти усилия профсоюзов не встречают должного понимания. Залог эффективной работы профсоюзов – массовость профсоюзного членства. Важнейшая роль в системе мотивации профчленства принадлежит информационной работе. Человек должен быть членом Профсоюза осознанно и убежденно. Для этого он должен хорошо себе представлять, что происходит в той сфере, где он трудится, что может его Профсоюз и как он это делает. Одна из основных задач информационной работы – формирование цельного социально-профессионального мировоззрения работника.

Исходя из этого, можно сформулировать следующий ряд задач и, соответственно, направлений информационной работы:

Пропагандистская задача. Это формирование общественного мнения в интересах работников и их Профсоюза, привлечение внимания общества к проблемам, решения которых добиваются профсоюзы, разъяснение целей и задач профсоюзного движения, формирование у работников и общественности устойчивого положительного отношения к Профсоюзу образования;

Задача построения имиджа. Формирование имиджа Профсоюза как основной и наиболее дееспособной в стране группе общественных объединений работников, последовательно отстаивающей их социально-экономические и трудовые права на всех уровнях, от местного до федерального;

Агитационная задача подразумевает обобщение, анализ и распространение информации о деятельности профсоюзных организаций, о работе на всех уровнях в рамках социального партнерства, об организации и проведении коллективных действий, их целях, задачах и результатах;

Организационная задача - это обеспечение информационной связи между различными звеньями и уровнями Профсоюза, постоянной информированности профактива о деятельности профсоюзных органов, о новых законодательных актах и действиях исполнительной власти, о положительном опыте работы профорганизаций.

Профсоюзные организации всех уровней должны быть информационно мобильными, уметь **организовывать и поддерживать постоянный информационный поток** в Профсоюзе (региональной, местных и первичных организациях) по вопросам, затрагивающим интересы членов Профсоюза. Информационный вакуум вокруг вашей организации и внутри нее порождает впечатление о бездействии организации, либо быстро наполняется всевозможными слухами, сплетнями и домыслами «доброжелателей».

Отсюда вытекают **главные принципы информационной работы:**

- **непрерывность** информационного потока;
- **настойчивость** в пропаганде деятельности Профсоюза;
- **своевременность и актуальность** информации;
- **быстрое реагирование** на любые события, происходящие в Профсоюзе и вокруг него;
- **социальная ответственность и объективность;**
- **иницирование и организация** событий и новостей – актуальных, важных и интересных для отрасли образования и общества в целом.

ФОРМЫ И МЕТОДЫ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ

Формы и методы информационной работы разнообразны и более эффективны, если применяются комплексно. Обобщенно их можно представить в виде следующего перечня:

- межличностная коммуникация (консультации, переговоры, диалог);
- мероприятия и акции;

- обучение профактива;
- публичные выступления и отчеты выборного профсоюзного органа;
- распространение информации через профсоюзный актив по структуре организации;
- объявления и информационные стенды;
- печатные и мультимедиа материалы;
- имиджевая продукция;
- страничка на сайте образовательной организации или свой сайт;
- электронные рассылки;
- группы в социальных сетях;
- средства массовой информации.

В Липецкой областной профсоюзной организации работников народного образования и науки РФ с 2010 года функционирует собственный электронный сайт, организован постоянный обмен информацией по электронной почте с местными и первичными профсоюзными организациями, созданы сайты и страницы на сайтах отделов образования местных профсоюзных организаций, странички первичных профсоюзных организаций на сайтах образовательных учреждений. Можно с уверенностью сказать, что в организации проведена работа по созданию информационных потоков единой системы информационного обмена Профсоюза. Как таковые информационные потоки существуют реально. Практически все структурные подразделения областной организации Профсоюза, так или иначе, обмениваются нормативной информацией. Данную работу нужно совершенствовать через сеть ответственных за информационную работу в местных и первичных профсоюзных организациях.

Помните о монополии на информацию профсоюзов о самих себе: самостоятельно и добровольно ни органы власти любого уровня, ни другие общественные объединения, официальные лица и СМИ не будут распространять информацию об эффективной деятельности профсоюзных организаций! Эта информация может исходить только от самих профсоюзов!

О PR –ТЕХНОЛОГИЯХ В ПРОФСОЮЗЕ

Немного теории...

Конкретный коммуникационный процесс может основываться на так называемой модели **ИСКП (Источник - Сообщение - Канал - Получатель)**.

1. Источник – создатель сообщения. Источником может быть организация, индивид или группа индивидов. Следует отметить также, что источник всегда должен быть адекватно ориентирован на получателя. Например, бизнес-журнал вы не заинтересуете проблемой низкой стипендии учащихся вузов, а вот предложить рассмотреть на его страницах вопрос о социальной поддержке студенчества вполне

ВОЗМОЖНО.

2. Сообщение – это информация, которую передает источник получателю. Большинство сообщений передается в вербальной, то есть словесной форме. Однако сообщение может быть и невербальным (жесты, мимика или графические изображения).

3. Канал – это средство, с помощью которого сообщение передается от источника к получателю. Обычно каналы делятся на средства массовой коммуникации (печать, радио, телевидение, Интернет) и межличностные каналы (непосредственный личностный обмен сообщениями).

4. Получатель – это компонент, ради которого, собственно, и происходит коммуникация. Получателем может быть как индивид, так и группа индивидов, а также численно большие, рассредоточенные массовые аудитории.

В современных условиях работающая модель ИКСП реализуется, в основном, через **PR-технологии**. Пиар (англ. сокр. PR – public relations, дословный перевод «связи с общественностью») – особый вид деятельности, направленный на формирование общественного мнения по широкому спектру вопросов (политическая акция, избирательная кампания, производство, реклама и т. д.). Иначе говоря, PR-акции – это организация общественного мнения в пользу какой-либо компании, организации и т.д. Основная задача профсоюзного пиара – обеспечить гласность о деятельности Профсоюза и его организаций. Связь с общественностью осуществляется посредством рекламы, постоянных контактов со СМИ и др. По сути это и есть информационная работа, потому что наша задача – не просто проинформировать, но главным образом заинтересовать и привлечь общественность, органы власти к соучастию.

Перечислим несколько условий успешности PR–работы.

Не простая констатация фактов или пересказ уже известных сведений, а **осмысленное позиционирование профсоюзной организации в тех или иных условиях, в той или иной ситуации, то есть, анализ, пути возможного решения, обмен мнениями, оценки и перспективы**. Выделим лишь некоторые, наиболее актуальные вопросы, на которые профсоюзный активист, участвующий в PR–работе, должен найти ответ:

- что представляет собой наша организация и для чего мы созданы, какова наша социальная функция в обществе;
- востребована ли наша деятельность обществом, насколько мы снимаем с людей проблемы и реально помогаем им;
- чего от нас ждут в каждый конкретный момент времени люди, интересы которых мы представляем;
- от кого и от чего зависит успешность работы нашей организации;
- в чем наша слабость и недостатки;

- каковы наиболее эффективные каналы коммуникации с общественностью и т.д.

Успешность информационной работы существенно возрастает в организации, в которой имеют место не эпизодические спонтанные мероприятия, а **планомерная системная деятельность, поддерживаемые традиции и динамика развития**. Тогда у ваших коллег появится естественное желание следить за новостями, быть в курсе событий, а главное – участвовать в них.

Использование возможностей СМИ (прессы, телевидения, радио, Интернета и др.), подписка на профсоюзные издания. Помните, что заблаговременная подача вами информации облегчает работу СМИ и дает время для анализа и уточнений. В свою очередь профсоюзные газеты, журналы, телевидение, сайты позволяют регулярно получать актуальные материалы для организации работы выборных профсоюзных органов, информирования членов Профсоюза, знакомиться с опытом работы коллег, самим иметь возможность выступать в профсоюзных СМИ, а также ощущать себя, свою организацию частью многомиллионной армии членов Профсоюза.

ЧТО ТАКОЕ НОВОСТИ?..

Быть в курсе событий, уметь увидеть, услышать, проанализировать и обобщить и первым представить информацию на суд коллег – это талант. Педагогическое сообщество изобилует талантливыми людьми, в том числе, способными оказать вам помощь в качестве внештатных корреспондентов. Важно суметь их разглядеть и мотивировать на эту работу... И мы не имеем в виду только лишь материальные стимулы! Человек во все времена стремится к самовыражению и самореализации. Информационная работа вашей профсоюзной организации может стать реальной площадкой для самореализации таких людей, которые будут обрабатывать и предоставлять информацию для ваших новостных лент.

Новости – это...

- что-то такое, о чем прежде не было известно, новые сведения или свежая информация; сообщение о чем-то новом или о том, что произошло совсем недавно;
- человек, факт, событие, проблема или еще что-то, к чему следует привлечь внимание;
- публикации в СМИ о текущих событиях и проблемах или о чем-то интересном и важном.

Календарные новости связаны с годовщинами тех или иных событий, с тем, что непременно должно произойти, историческими датами и традициями и праздниками. **«Горячие» новости** – текущие интересные события в стране, регионе, районе, поселке, коллективе, сенсации, неожиданное стечение обстоятельств и т.д.

Основой для подготовки новостной информации является **классическая схема: кто – что – где – когда – как – почему.**

НАГЛЯДНЫЕ ИНФОРМАЦИОННЫЕ МАТЕРИАЛЫ

Методика написания наглядного информационного материала

Прежде чем начать писать наглядный информационный материал (информационный бюллетень (листок), профсоюзные вести, «Молния» и т.п.), необходимо задать себе несколько вопросов. Чем точнее будут ваши ответы, тем больше шансов составить хороший информационный материал. Итак, спросите себя:

- Для кого я пишу этот текст? Нужно четко понимать, кто в конечном итоге должен его прочитать.

- О чем данный информационный материал? Вам нужно определить «стержень» - понять, какую именно информацию вы хотите донести до читателя, и отсеять все лишнее. Нельзя объять необъятное.

- Можно ли будет обычную информацию преподнести как нечто уникальное? Можно ли информационный материал сделать более интересным за счет творческих и эмоциональных приемов?

При подготовке материала не забудьте о таких важных моментах, как проработка правовых и этических сторон информации.

Общие правила подготовки материалов

Подготовленные сообщения должны отвечать принятым нормам. Важны:

- грамотность;
- смысл, точность изложения;
- краткость (12-14 слов в предложении), избегать лишних слов!;
- одно предложение – одна мысль;
- интересность и убедительность;
- использование «энергичных» слов (глаголов);
- избегание штампов;
- использование предложений позитивного характера (избегать «не, нет», слов, несущих негативную эмоциональную окраску);
- при необходимости выражение адресности, персонализация текста;
- не только называть факты, но и объяснять их.

Ценность и востребованность любого информационного материала существенно возрастает, если он проиллюстрирован фото (видео) материалом. Естественный и живой интерес будут вызывать фото, на которых члены Профсоюза могут увидеть себя, своих коллег и события, в которых они прямо или косвенно принимали участие.

Методика написания листовок

Листовка – печатный листок с текстом агитационного или информационного характера, распространяемый во время проведения профсоюзных акций и мероприятий. Как правило, содержит информацию о цели и задачах проводимого мероприятия. В листовке очень важным является ее «внешний облик». Своим видом

она должна привлекать внимание человека сразу и побуждать его ознакомиться с ее содержанием. Используйте богатую палитру цветов, качественную бумагу, картинки. Можно очередную листовку печатать на бумаге другого цвета, чтобы она отличалась от предыдущих. При оформлении текста используйте шрифты различной величины и вида, однако, имейте в виду, что курсив трудно читать.

Помните о логотипе Профсоюза!

Немаловажно содержание листовки. Старательно продумывайте текст. Он должен быть кратким, эмоционально окрашенным, понятным, в то же время дающим исчерпывающие сведения о цели и конечном результате события. Пишите с точки зрения работников, а не организаторов, и о тех проблемах, которые интересуют работников. Одна листовка должна быть посвящена одной главной теме. Эффективнее использовать иллюстрации, фото, графики или другие изображения.

Другие виды печатной информации

Бюллетень – регулярное печатное издание, обеспечивающее информационное сопровождение деятельности Профсоюза. Бюллетени издаются по итогам работы за какой-то период, по направлению деятельности или по определенной проблеме.

Буклет – качественно оформленный информационный материал о конкретной профсоюзной организации или направлении деятельности.

Проспект объемнее буклета, содержит множество цветных фотографий (в том числе и руководителя организации), выпускается к значительным датам и событиям. Возможно издание простейшего вида проспекта. Это листок, иногда сложенный вдвое, с кратким текстом, простыми иллюстрациями и графикой.

Плакат – разновидность печатной информации достаточно большого формата. Это может быть мотивационный плакат, объявления, призывы к участию в профсоюзной акции и т.д.

Прочие виды печатной профсоюзной информации – открытки, календари, наклейки, закладки (так называемые малые формы печатной информации) и др.

Практически все перечисленные виды могут использоваться в качестве наглядной информации, в первую очередь, на информационных стендах профсоюзной организации.

ОБУЧЕНИЕ ПРОФАКТИВА

Реализуя решения VII съезда Профсоюза о необходимости совершенствовать систему обучения профсоюзных кадров и актива с использованием современных форм и методов, а также новейших информационно-коммуникационных технологий, обеспечить её непрерывность, в Липецкой областной организации Профсоюза создана система работы по обучению кадров и актива, направленная на повышение их профессионализма. Ведь качественно организовав обучение профактива, мы

обеспечиваем профессионализм и грамотность ведения профсоюзной работы, в том числе информационной. С этой целью обкомом Профсоюза ежегодно проводится более 20 мероприятий самых разнообразных по форме: семинары, семинары-практикумы, выездные семинары, подготовка и распространение печатной тематической продукции, а также электронных сборников методических материалов для профсоюзного актива и руководителей ОУ, и многое другое. Местные организации для профсоюзного актива первичных профорганизаций организуют обучение в соответствии с планами работы. Наша задача – повышать качество, гласность и эффективность обучения, активно внедрять интересные формы с использованием новых информационных технологий, а также содействовать обобщению и распространению опыта применения современных информационно-коммуникативных технологий в деятельности профсоюзных организаций.

Среди **инновационных** форм обучения и организации информационной работы, активно развиваемых в нашем регионе, можно назвать:

- ежегодные Слеты молодых педагогов Липецкой области, участие в аналогичных слетах в регионах ЦФО;
- выездные семинары-совещания в районы области;
- сайты областной, местных, странички первичных профсоюзных организаций, группы в соцсетях «ВКонтакте», «Instagram» и др.;
- участие в акции «Профсоюзный бонус» (программа позволяет с помощью одной карты получать бонусы и скидки в десятках предприятий города Липецка, участвовать в их многочисленных акциях и розыгрышах, получать подарки и пр.);
- тиражирование информационных сборников, бюллетеней, листов, брошюр, буклетов о деятельности ЛОО и др.;
- областные и районные смотры и конкурсы, которые становятся неформальными площадками для демонстрации лучшего опыта и информирования широкой аудитории о деятельности Профсоюза и другие;
- областные и районные конкурсы для молодых педагогов Липецкой области («Педагогическая Лира», «Моя родная земля» и др.)
- флешмоб в Инстаграмм «Мода на чтение» и др.

В соответствии со статьей 4, п.9.18. Устава Профсоюза, выполняя постановление Центрального Совета Профсоюза № 3 от 21 февраля 2007 года, организации Профсоюза должны рационально подходить к формированию и расходованию профсоюзного бюджета, **выделять на информационную работу от 4 до 6% средств, обучение профсоюзных кадров и актива – от 6 до 10%.**

РЕКЛАМА В ПРОФСОЮЗЕ

Реклама – это направление в маркетинговых коммуникациях, в рамках которого проводится оплаченное известным спонсором распространение неперсонализированной информации. Это определение не подходит в полном объеме

к деятельности Профсоюза. Поэтому, немного переделав маркетинговую стратегию продажи товара, мы получим свою модель «продажи». В качестве товара может выступить информация, какой-либо проект или профсоюзная организация в целом.

Зачем профсоюзу реклама? Потому что Профсоюз:

- делает дело, важное для общества, и нуждается в общественной поддержке;
- растит ответственного гражданина и патриота Родины;
- борется за справедливость и отстаивает социально-трудовые права;
- предоставляет обществу услугу и хочет, чтобы люди об этом знали;
- внедряет в общественное сознание определенные важные ценности, указывает

на нерешенные проблемы.

Тип рекламы:

- Реклама ценностей;
- Реклама миссии и целей профсоюзной организации;
- Реклама проблем, решаемых профсоюзной организацией;
- Реклама проектов настоящих и будущих;
- Реклама достижений;
- Реклама профсоюзной организации.

Некоторые виды рекламы:

- Реклама в СМИ;
- Печатная продукция (календари, буклеты, афиши);
- Представительская продукция (ручки, значки, футболки, бейсболки, пакеты и т.п. с логотипом Профсоюза);
- Рекламный или агитационный плакат;
- Наружная реклама;
- Реклама в Интернете.

МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО СОЗДАНИЮ И РАЗВИТИЮ ИНТЕРНЕТ-ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВА

С чего начать работу?

Если у вас еще нет собственного Интернет-представительства, Вы можете:

- создать собственный сайт на собственной площадке. Для этого вам будет необходимо зарегистрировать и оплатить доменное имя, найти разработчика сайта, оплатить его услуги и т.д.;

- создать на сайте образовательного учреждения страничку своей профсоюзной организации;

- открыть свой сайт в рамках существующего единого общепрофсоюзного портала <http://www.eseur.ru/> и там создать соответствующие разделы и подразделы и начать их наполнять.

В обоих случаях Вам понадобится человек, который будет заниматься наполнением сайта и следить за его актуальностью, – администратор или модератор сайта (как правило, в образовательном учреждении это учитель информатики). В то же время, необязательно обладать знаниями в области программирования и веб-дизайна. Создать сайт доступно каждому. Для этого нужны основные навыки работы с компьютером и в Интернете. Для начала воспользуйтесь информацией из Интернета: текстовыми материалами, видео-уроками, тематическими форумами, которых огромное количество, конструкторами сайтов. Это абсолютно бесплатно и удобно. Например, бесплатный хостинг Ucoz. Начинайте с самого простого дизайна, изменить его можно в любое время. Постепенно наращивайте объем материала, увеличивая его сложность. Постарайтесь сделать структуру сайта удобной, привлекательной, информативной. Будьте корректны: на сайте не должно быть информации, которая не относится к профсоюзной деятельности (различные игры, размещение бесплатных объявлений, музыка и т.д.)

При работе с сайтом разумней всего начать с «визитной карточки» профсоюзной организации.

Что обязательно должно быть в «визитной карточке»?

- официальная символика Общероссийского Профсоюза образования: логотип (флаг Профсоюза);
- название Общероссийского Профсоюза образования (полное или сокращенное);
- символика региона, муниципального образования;
- миссия Общероссийского Профсоюза образования;
- символика местной организации Профсоюза (если есть);
- полное уставное название местной организации Профсоюза;
- расшифрованные данные (Ф.И.О., сфера ответственности и т.д.) представителей (работников) местной организации Профсоюза;
- контактная информация местной организации Профсоюза, включая адрес (почтовый индекс, область, район, город, улица, дом, корпус, подъезд, кабинет или офис), телефоны, факс, электронную почту, а при необходимости и схему проезда;
- перечень первичных организаций Профсоюза с указанием Ф.И.О. и должности членов профкома первичной организации, контактными данными и активной ссылкой на сайт первичной организации или его страницу на сайте образовательного учреждения;
- Ф.И.О. председателя первичной профсоюзной организации, фотография, контактная информация.
- Состав профсоюзного комитета с распределением обязанностей.
- Повестки ближайших собраний (конференций), заседаний профкома;
- Новостная лента (новости о мероприятиях первичной профсоюзной организации, территориальной профсоюзной организации, ЛОО Профсоюза).

Анонс праздников, конкурсов, экскурсий, профсоюзных акций, спортивных мероприятий).

- Информация о социальных программах Профсоюза (оздоровление и отдых членов профсоюза и членов их семей, новогодние представления для детей и др.)
- Фотогалерея.
- Поздравления членов Профсоюза с праздниками.
- Информация о правовой работе, охране труда. Важно, чтобы посетители видели не только «праздничную» составляющую деятельности первичной профсоюзной организации, но и понимали, какой объём правозащитной работы выполняется ежедневно. Члены Профсоюза должны быть уверены в собственной защищенности, подтвердить это могут краткие отчёты о различных проверках, отдельные анонимные истории о ситуациях, в которых была оказана профсоюзная помощь
 - ссылки или баннеры на вышестоящие профсоюзные органы, включая сайт ЦС Профсоюза <http://www.eseur.ru> и сайт Липецкой областной организации, к которой Вы относитесь.

Очевидно, что сама по себе «визитная карточка» может корректироваться, ее можно и нужно расширять, добавляя те или иные разделы.

Какие разделы нужны на сайте?

Один из главных вопросов при создании разделов сайта – для кого вы их делаете? Кто будет заходить на ваш сайт: члены Профсоюза, работники образования, коллеги из других профсоюзов или журналисты? От этого во многом зависит, какие разделы (подразделы) нужны на вашем сайте, какую именно информацию стоит туда размещать, каким образом она должна подаваться.

Например, если местная организация Профсоюза активно продвигает инновационные формы деятельности, будь то пенсионное обеспечение, дисконтные программы, лечебно-курортное оздоровление и т.п., на сайте уместно будет создать соответствующие разделы или подразделы с соответствующим же наполнением.

Обращаем Ваше внимание, что для обеспечения эффективной работы сайта и полной унификации его контента (содержимого) необходимо, чтобы:

- разделов на сайте было не больше семи;
- названия разделов были краткими и отражали суть содержимого;
- были созданы обобщенные разделы с соответствующими подразделами (например, основной раздел с коротким названием «Деятельность» и его подразделы с более длинными названиями: «Отдых и оздоровление», «Права работников» и т.п., или основной раздел с коротким названием «Документы» и его подразделы с более длинными названиями: «Уставные документы организации», «Исковые заявления» и т.п.).

- присутствовала форма обратной связи (например, рубрика «Ответы на вопросы» и т.п.)

В качестве примера можно использовать существующую систему разделов и подразделов сайта ЦС Профсоюза <http://www.eseur.ru/>.

Какие документы обязательно должны быть на сайте?

- уставные документы Профсоюза, его программа;
- основные направления деятельности местной организации Профсоюза (в первичной организации - коллективный договор, соглашение по охране труда, свои программы и проекты, план работы на текущий учебный год и т.п.);
- региональное и территориальное отраслевые соглашения, итоги их выполнения;
- публичные отчеты своего и вышестоящих профорганов;
- нормативные документы, принятые в рамках социального партнерства (например, дополнительные меры социальной поддержки, договор с учреждениями по организации отдыха и оздоровления и т.п.);
- методические рекомендации по направлениям деятельности (включая подробные инструкции о том, как вступить в Профсоюз и о том, как создать его первичную организацию);
- материалы правовой работы местной организации (включая актуальные примеры успешных разрешений конфликтных ситуаций с работодателем и т.п.);
- материалы советов (например, совета молодых педагогических работников и т.п.);
- материалы актуальных мероприятий Профсоюза и региональной (межрегиональной) организации Профсоюза, к которой Вы относитесь.

Кроме этого на Вашем сайте в обязательном порядке должна присутствовать **постоянно обновляемая новостная лента**.

Иногда встречаются такие примеры, когда на сайте профсоюзной организации можно увидеть данные о погоде в городе, форму отправки бесплатных смс, смешные видеоролики, анекдоты, гороскопы, бесплатные объявления и многое другое, что даже косвенно не относится к профсоюзной работе. Возможно, что эта информация интересна членам Профсоюза, но ей место на развлекательном сайте, а не на сайте профсоюзной организации.

Оформление сайта не должно отвлекать внимания от его содержания, например, бледно-зеленый текст, написанный курсивом на красном фоне, не лучшее стилистическое решение, которое, к сожалению, еще иногда встречается в оформлении сайтов в Интернете.

Сайт – это очень ценная информационная площадка. Потенциально она очень эффективна, т.к. может иметь широкую постоянную аудиторию, включающую в себя различные целевые группы. Это действенный механизм позиционирования

организации, официальное представительство, весомый элемент в формировании имиджа организации и т.д. Именно поэтому его созданию и дальнейшей работе необходимо уделить должное внимание.

Общие советы по ведению страницы первичной профсоюзной организации на сайте образовательного учреждения:

Дизайн. Первые впечатления посетителя от любого сайта создаются на основе его дизайна. Поэтому дизайн профсоюзной страницы должен быть привлекательным. Наиболее распространённая ошибка при создании визуального образа страницы — игра с цветами. Яркость и многоцветность портят вид и саму «читаемость» страницы. Поэтому не следует размещать разноцветные тексты, яркие фоны, либо визуальные эффекты, например, сверкающие анимации. Не советуем играть со шрифтами, лучше всего выбрать единый шрифт и его размер, это добавит строгость и авторитетность вашей странице на сайте. Для того чтобы выделить важные части текста используйте полужирный, курсивный либо подчёркнутый текст. Вы можете комбинировать данные инструменты.

Наполнение. При написании новостных статей старайтесь использовать публицистический стиль с элементами разговорного. Предложения должны быть читаемы. По правилам журналистики, оптимальным для восприятия является предложение, состоящее из не более чем 7 слов. Старайтесь не использовать фразы-клише и канцеляризмы. Не используйте заимствования, они не делают вашу речь богаче или умнее.

Рекомендуется любую запись или новость снабжать фотографией или иллюстрацией. Это положительно скажется на информативности публикации, а затем и на её охвате. Обратите внимание, что фотографии являются объектами авторского права, поэтому стоит пользоваться исключительно собственными снимками или бесплатными фотобанками.

Актуальность. Журналисты сравнивают новость с пирожком. Новость хороша только тогда, когда горяча. Поэтому размещайте материалы своевременно. Утратившие силу документы стоит удалять, чтобы не заполнять информационное пространство. Следите за работоспособностью ссылок, в случае необходимости обновляйте их. Отслеживать содержимое страницы первичной профсоюзной организации. Размещать новости следует не менее 1 раза в неделю.

Навигация. Любая информация на вашей странице Должна быть легка для поиска и удобна для использования. Рекомендуется размещать контент в пределах двух-трёх кликов/ переходов с основной страницы первичной профсоюзной организации.

Документы. Каждый документ на сайте должен иметь корректное название, раскрывающее его суть, текст документа (информации) должен быть оформлен в полном объеме (наличие титульного листа, грифа утверждения), читаем и хорошо

различим. Размещенные материалы должны соответствовать правилам и нормам русского языка.

Используйте общепринятые форматы файлов: Portable Document Files (.pdf), Microsoft Word / Microsoft Excel (.doc, .docx, .xls, .xlsx).

Группа в социальных сетях

Прочное место в нашей жизни заняли и социальные сети «ВКонтакте» и «Одноклассники», «Фейсбук», «Instagram». Особенно популярны они в возрастной группе до 40 лет.

Из-за того, что перечисленные социальные сети, по сути, похожи, почти каждая функция имеет аналог-заменитель у конкурентов поэтому, все, сказанное ниже, можно применить ко всем социальным сетям. Однако в качестве примера мы будем использовать социальную сеть «ВКонтакте».

Социальные сети быстро развиваются. Создание группы «ВКонтакте» – это один из самых эффективных и массовых методов информационной работы. Работа с «ВКонтакте», за исключением некоторых сервисов, бесплатна. Социальные сети позволяют создать «прямую связь» между членами Профсоюза и профсоюзной организацией в лице профсоюзного актива, занимающегося поддержкой группы. Для профессионального общения, обмена опытом, обсуждения актуальных тем, реализации совместных молодёжных проектов при областном комитете создана группа «ВКонтакте» нашего молодёжного Совета, в которой подписаны более 250 молодых педагогов. Аналогичные группы «ВКонтакте» функционируют в наших студенческих профсоюзных организациях, которые ведут председатели и члены профсоюзного актива этих первичек.

Согласитесь, яркие, эмоциональные и массовые фотографии расскажут о любом мероприятии лучше любого текста. В этой связи очень приятно, что «ВКонтакте» является самым большим и, наверное, самым удобным хостингом медиафайлов. Он позволяет не только использовать разные форматы информации без участия каких-либо сайтов-посредников, но и делать это очень просто, совершенно не имея технической подготовки.

Очень большое значение имеет формат социальной сети. Примечательно, что группы «ВКонтакте» имеют активные методы воздействия на членов Профсоюза, позволяющие привлечь их внимание. Например, приглашаете члена Профсоюза в группу – он получает приглашение; обновляете новости в группе – члены Профсоюза получают сообщение в свои новостные ленты; анонсируете проведение очередного профсоюзного события, оформляя его как «событие», и рассылаете приглашение на него членам группы – они получают и приглашение, и сообщение в новостях; публикуете отчет о прошедшем мероприятии и отмечаете членов Профсоюза на фото и видео – они получают соответствующие сообщения и т.д. И не забудьте, являясь

администратором группы и основным источником официальной информации, применять официальные цвета и символику Профсоюза.

Группа в социальной сети – это не только набор технических возможностей и способ организации информации. В первую очередь это множество живых людей. Часть из них будут пассивными зрителями, часть – активными участниками. Эффективность выполнения задач информационной работы зависит от общей численности группы и размера ее активной части. А эти показатели зависят от тех усилий, которые вы приложите.

Опции и содержание социальных сетей ППО:

При создании страницы, группы или профиля «первички» в социальных сетях перед вами встанет выбор: сделать новую платформу открытой для всех пользователей сети Интернет или закрыть её от лишних глаз, приглашая участников самостоятельно.

Мы советуем вам выбирать вариант «открытой платформы»- это позволит показать вашу работу не только избранному кругу лиц, но и каждому, кто заинтересуется деятельностью профсоюза. Наша открытость покажет, что нам нечего скрывать, есть чем гордиться, что наша активная деятельность действительно помогает людям. Закрытое сообщество наоборот вызовет негативные мысли у пользователей сети Интернет. Ещё один важный аргумент в пользу открытого «сообщества» - мотивация вступления в профсоюз. В крупном образовательном комплексе трудно следить за появлением новых сотрудников, поэтому вы можете элементарно не успеть оперативно пригласить потенциального члена профсоюза в группу, сообщество или профиль, рассказать о деятельности профсоюза. Открытые платформы в социальных сетях смогут это сделать за вас и без вашего участия.

Стоит отметить, что социальные сети ориентированы, прежде всего, на новостной контент. Поэтому размещать публикации надо своевременно и достаточно регулярно. «Мёртвая» страница, на которой размещается, в лучшем случае, одна публикация в неделю, не станет пользоваться популярностью и превратится в очередной бесполезный и никому не нужный ресурс в Интернете, более того, такая страница станет антирекламной, будет показывать, что вы не справляетесь с информационной работой. Загружая более 3 публикаций в неделю, вы покажете активность вашей «первички», что приведёт к повышению авторитета профсоюзной организации, привлечёт в неё новых членов.

Регистрация в Интернет-ресурсе «РОИ» (Российские общественные инициативы) <https://www.roi.ru/>

С 2016 года **Общероссийский Профсоюз образования** проводит Акцию по регистрации членов Профсоюза на портале государственных услуг, с целью использовать Интернет-ресурс **Российской общественной инициативы (РОИ)**, как

инструмент выражения мнения Общероссийского Профсоюза образования по ключевым социально-экономическим вопросам в сфере образования. Это связано с тем, что, являясь крупнейшей общественной организацией в Российской Федерации, **Общероссийский Профсоюз образования может оказывать существенную поддержку общественным инициативам, связанным с вопросами сферы образования, заработной платы, условий и охраны труда, пенсионного обеспечения работников бюджетной сферы и т.д.**

С 2016 года неоднократно проводился мониторинг положения дел по данному вопросу. Около 80% работников учреждений отрасли образования области зарегистрировались на портале государственных услуг. Более 60% являются постоянными участниками Интернет-ресурса РОИ, что дает нам возможность подавать свои или принимать участие в предложенных инициативах федерального, регионального и муниципального значения на сайте Российской общественной инициативы.

Призываем вас познакомиться с этим Интернет-ресурсом, если вы еще не знакомы с ним, и помочь вашим коллегам стать его постоянными участниками. Это тоже часть информационной работы.

Профсоюзный уголок.

Ещё одним хоть и устаревшим инструментом по донесению информации до членов Профсоюза является «Профсоюзный уголок».

Мы рекомендуем размещать на нём:

- Статистическую информацию о профсоюзной организации;
- Состав профсоюзного комитета с распределением обязанностей;
- Перспективный план и основные направления деятельности профсоюзного комитета;
- Основные решения последнего заседания профсоюзного комитета;
- Информацию о ближайшем заседании профкома;
- Информацию о ходе выполнения Коллективного договора;
- Рекламные и информационные материалы Профсоюза;
- Актуальные материалы СМИ: «Мой профсоюз», «Солидарность», «Учительская газета» и др.;
- Поздравления к юбилеям, знаменательным датам;
- Грамоты, благодарности первичной профсоюзной организации.

В целях реализации п.4.1. постановления VII Съезда Профсоюза и исполнения постановления ЦС Профсоюза от 22 сентября 2015 года № 2-5 «**О введении в Профсоюзе ежегодного Открытого (публичного) отчёта (доклада) выборных органов профсоюзных организаций**», Липецкая областная организация

Профсоюза с 2016 года ввела практику подготовки ежегодных публичных отчетов, задачами которого являются:

Обеспечение регулярной информированности членов Профсоюза, социальных партнёров и широкой общественности об основных результатах деятельности Общероссийского Профсоюза на всех уровнях его организационной структуры, повышение прозрачности деятельности комитетов (выборных профсоюзных органов) и на этой основе формирование позитивной мотивационной среды в Профсоюзе и осознанного профсоюзного членства, а также повышение авторитета Профсоюза.

Согласно постановлению президиума №10-3 от 29.10.2015 г. местные и первичные профсоюзные организации должны подготовить и разместить в открытом доступе публичный отчеты до **1 апреля года**, следующего за отчетным.

Открытый (публичный) отчет (доклад) первичной профсоюзной организации - это документ, ёмко и наглядно представляющий деятельность организации в прошедшем году. Он информирует членов Профсоюза, сотрудников, партнеров и общество в целом о том, как профсоюзная организация реализует свои главные функции. Отчет базируется на реальных фактах и выполняет одновременно информационную и презентационную функции.

Публичный отчет может быть использован для:

- информирования коллектива о вкладе «первички» в развитие вашей образовательной организации.
- демонстрации значимости и надежности профсоюзной организации рядовым членам Профсоюза, коллегам, администрации, потенциальным партнерам.

Публичный отчет становится инструментом создания деловой репутации и помогает первичной профсоюзной организации оценить и осмыслить собственную деятельность. В частности, он позволяет:

- ✓ проанализировать деятельность организации за год, оценить сильные и слабые стороны, учесть их при планировании дальнейшей работы.
- ✓ создать в организации систему сбора информации о ее деятельности (членах, партнерах, мероприятиях и т.д.).
- ✓ повысить ценность организации в глазах сотрудников, которые в процессе создания годового доклада лучше представляют основные направления деятельности организации.

Публичный отчет одновременно является основой для других отчетов (в т.ч. отчетного собрания) и рекламных материалов; является инструментом PR и возможностью привлечения в профсоюз новых членов.

Примерное содержание публичного отчета:

- Краткая характеристика первичной профсоюзной организации;
- Организация работы профсоюзного комитета за отчетный год;
- Реализация уставных задач, организационно-массовая работа;
- Социальное партнерство, коллективно-договорная работа;

- Участие в коллективных действиях;
- Информационная работа;
- Охрана труда;
- Защита трудовых прав, общественный контроль за соблюдением трудового законодательства;
- Повышение профсоюзной грамотности (участие в семинарах и др. формах профсоюзной учебы);
- Работа с ветеранами педагогического труда;
- Работа с молодыми педагогами (организация работы совета молодых педагогов);
- Участие в социальных программах;
- Отдых, оздоровление, экскурсионная работа;
- Социологические исследования (опросы, анкетирование);
- Конкурсы, фестивали;
- Отзывы о деятельности ППО
- Финансовая деятельность первичной профсоюзной организации;
- Общие выводы за текущий год и задачи на новый год.

(Что-то из этого перечня может быть исключено при написании отчета, а что-то напротив - добавлено).

К плюсам, стимулирующим позитивное восприятие человеком годового отчёта (доклада), чаще всего относят:

- структурированность отчета и четкая расстановка акцентов;
- оптимальный объем;
- сочетание текста и иллюстраций;
- наличие стиля в изложении материала и оформлении;
- доступность языка изложения, удобство чтения;
- содержательность;
- включение в отчет перспективных планов организации;
- наличие финансовой части в отчете;
- отражение динамики развития организации.

Публичный отчёт - это своего рода «знак качества» первичной профсоюзной организации.

Другие формы информационной работы:

Корпоративная почта

Функционально корпоративная почта практически не отличается от обычной пользовательской, однако она несёт в себе очень важную имиджевую составляющую. Созданные по одному принципу с другими адресами организации, имеющие в адресе название «бренда» корпоративные почтовые ящики являются авторитетным механизмом оповещения членов профсоюза, взаимодействия с социальными

партнёрами. Корпоративная почта показывает, что вы обращаетесь к своему адресату не только от своего имени, но и как часть нашего огромного и сильного профсоюза.

Возможности:

- Создание базы электронных адресов;
- Оперативное ведение переписки;
- Обмен документами, файлами и т.п.;
- Упорядочение информационных потоков;
- Гарантия и контроль своевременного адресного получения информации.

Рекомендации ответственному за информационную работу в профсоюзной организации

Как получить информацию

1. Заинтересуйте ваших коллег сбором материалов, касающихся **изменения** действующего на федеральном, региональном, муниципальном уровнях трудового законодательства. Эта информация является открытой для общественности, но не всегда попадает в поле зрения каждого члена Профсоюза. Поместив ее на стенде (в профсоюзном уголке), в соответствующем разделе на сайте образовательной организации, вы сделаете ее достоянием ваших коллег, а ссылка на того, кто подготовил данный материал, будет хорошим стимулом и для него самого, и для остальных.

2. Используйте различные источники информации: теле-радио источники, печатную продукцию, профсоюзные печатные издания, сайты и информацию, поступающую от Центрального совета, территориальных комитетов Профсоюза, учебных центров, органов местного и государственного управления. Обязательно делайте ссылку на источник!

3. Ищите случаи рассмотрения конкретной ситуации и примеры хорошей практики. Некоторые профсоюзные организации уже, возможно, занимались волнующей проблемой. Будет полезно, если вы, члены профкома первичной организации, рабочая группа или комиссия изучат, как решалась данная проблема в других образовательных организациях отрасли, какими методами (успешно или нет) пользовались ваши коллеги.

4. Ищите экспертную помощь на местах. Читать законы сложно. Для того чтобы начать разбираться в терминологии, возможно, придется обратиться к специалистам. Можно обратиться за юридической помощью и в областной комитет Профсоюза, органы государственной власти, к какому-либо конкретному депутату и т.д., а может быть, в качестве эксперта выступит кто-то из ваших коллег.

5. Организуйте проведение опроса или проверки ситуации по той или иной актуальной проблеме. Если хотите узнать, что именно интересует людей, спросите их об этом! Говорите с ними о наиболее волнующих их вещах: положении дел в образовательной организации, о ее перспективах, о дальнейшей ситуации с выплатой

заработной платы и т.д. Можно применить анкету по любым социально-трудовым вопросам в целях изучения общественного мнения или для подготовки дополнительного материала, который вы используете в переговорах с работодателем.

Рекомендации

«Что следует делать с полученной информацией?»

- Создайте свой собственный материал - плакаты, листовки, фотографии, стенные газеты. Разъясняйте с их помощью, почему вопросы, отраженные в них, волнуют вашу профсоюзную организацию.
- Если полученная информация касается проблем, имеющих место в вашей образовательной организации (например, те или иные нарушения трудового законодательства, предстоящее событие в коллективе, необходимость оказания адресной помощи, участие в мероприятии или Акции, результаты проводимого анкетирования и выявленные в связи с этим проблемы и т.д.), не оставляйте ее «мертвой»! Используйте полученную информацию, чтобы разработать план действий для улучшения положения дел по данной проблеме. Параллельно с разработкой плана совместно с членами профкома добейтесь поддержки конкретных мероприятий и действий разными организациями и людьми (членами Профсоюза, комитетов вышестоящих организаций Профсоюза, отраслевых органов управления, официальных лиц всех уровней, авторитетных и известных в районе и городе людей и т.п.).
- Если информация затрагивает острые проблемы, организуйте непосредственное оповещение коллег, например на собрании коллектива. Обсуждение волнующих проблем поможет развить тему, найти варианты решения и добиться поддержки коллег.
- В некоторых случаях возможна организация выставок (плакаты, листовки, фото и другие материалы могут быть собраны в одном месте). Вы можете разместить свою экспозицию в общественных местах по случаю проведения митинга, собрания или конференции. Ищите место для выставки там, где она будет привлекать внимание членов Профсоюза и работников отрасли. Помните, каждый ваш коллега будет внимательно заинтересован экспозицией только в том случае, если он имел непосредственное отношение к происходящему, есть на фотографиях или в числе соавторов и соисполнителей происходящего!
- Подготовьте материалы для местных СМИ. Это может быть краткая статья в газету. Можно привлечь к проблеме внимание журналистов, сотрудников не только печатных средств информации, но и радио, телевидения. Можно разместить свой материал в Интернете.
- Организуйте пропагандистскую кампанию для привлечения внимания к какой-либо проблеме: митинги, шествия, транспаранты, плакаты, выступления активистов Профсоюза и рядовых работников. Все это может нести информацию о

состоянии дел и способах решения проблемы, вызывать реакцию поддержки и положительно влиять на имидж Профсоюза.

- Относитесь творчески к подготовке информации. Используйте воображение и таланты ваших коллег. На темы волнующей проблемы могут быть написаны стихи, песни, частушки.

Приложение № 1

ПРОГРАММА

«ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА В ЛИПЕЦКОЙ ОБЛАСТНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ ПРОФСОЮЗА» на 2018-2020 годы

В соответствии с Программой развития деятельности Профсоюза на 2015-2020 гг. важнейшими стратегическими целями развития Профсоюза являются его организационное, кадровое и финансовое укрепление, повышение профессионализма кадров и актива, совершенствование информационной составляющей уставной деятельности. На VII съезде Профсоюза было отмечено, что для дальнейшего успешного укрепления взаимодействия с социальными партнерами, мотивации профсоюзного членства и стимулирования активности членов Профсоюза необходимо вести работу по формированию современного, позитивного имиджа Профсоюза, последовательно совершенствовать информационную работу, опираясь на современные формы и методы связей с общественностью и новейшие информационно-коммуникационные технологии.

2017 год в Общероссийском Профсоюзе образования объявлен годом профсоюзного PR-движения. Информационная работа является инструментом, обеспечивающим организационное единство Профсоюза. Необходимо, чтобы фактическая деятельность всей структуры Профсоюза была не только известна членам Профсоюза, но и вызвала бы неподдельный интерес и желание соучастия. Поэтому профсоюзные организации каждого уровня (региональная, местная, первичная) должны четко представлять и реализовывать свои полномочия в системе информационного обеспечения своей деятельности, деятельности вышестоящих организаций и Общероссийского Профсоюза образования в целом.

Данная программа предусматривает проведение комплекса мероприятий организационного, издательского, исследовательского характера, способствующих распространению идей профсоюзного движения, призвана выстроить комплексную единую информационную политику, объединяющую технические, кадровые, методические и организационные компоненты и обеспечивающую повышение эффективности деятельности Липецкой областной организации Профсоюза.

<p>Цель Программы</p>	<p>дальнейшее улучшение и развитие информационной работы в профсоюзных организациях области, популяризация деятельности Профсоюза в сфере образования и обществе, расширение возможностей организаций, членов Профсоюза и социальных партнеров по поиску, получению и распространению качественной профсоюзной информации.</p>
<p>Задачи Программы</p>	<ul style="list-style-type: none"> -повышать качество профсоюзной информации и эффективное использование информационных ресурсов всей структуры областной организации и Профсоюза; -обеспечивать открытость деятельности выборных профсоюзных органов и на этой основе развивать корпоративную культуру в Профсоюзе, осознанность и мотивацию профсоюзного членства; -активнее внедрять новые информационные технологии, обеспечивающие более оперативное и всестороннее информирование членов Профсоюза о деятельности Профсоюза по представительству и защите социально-трудовых прав и профессиональных интересов её членов; -повышать квалификацию и функциональную грамотность профсоюзных работников и актива, ответственных за информационную работу в организациях, регулярно проводить обучение новым возможностям и направлениям PR-деятельности, активизировать процесс создания института внештатных корреспондентов; -разрабатывать информационно-методические рекомендации по ведению информационной работы; -обобщать и распространять лучшие образцы опыта информационной работы в организации; -развивать информационно-издательскую деятельность (методические материалы, сборники, буклеты и др.); -создавать собственные пользовательские группы в социальных сетях, тематические мобильные приложения с целью расширения целевой аудитории и более активного вовлечения молодежи в профсоюзную деятельность, а также стимулирования социальной активности членов Профсоюза; -использовать в практической деятельности профсоюзных организаций новейшие средства

	визуального отображения информации: видеоконференции в режиме on-line, символику Профсоюза, PR-акции, Интернет – конкурсы и др.
Исполнители Программы	Областной, районные и городские комитеты Профсоюза, профсоюзные комитеты первичных профсоюзных организаций, ответственные за информационную работу в профсоюзных организациях всех уровней.
Участники Программы	Члены Липецкой областной организации Общероссийского Профсоюза образования.
Срок действия Программы	2018-2020 годы
Планирование	Ежегодное уточнение плана реализации Программы президиумом обкома Профсоюза
Условия реализации Программы	<ol style="list-style-type: none"> 1. Наличие в каждой профсоюзной структуре Липецкой областной организации Профсоюза ответственного за информационную работу. 2. Наличие необходимой компьютерной и множительной техники, подключения к Интернету и телефонной связи в Липецкой областной организации Профсоюза, местных и первичных организациях. 3. Включение в реализацию Программы профсоюзных организаций всех уровней, координация их действий на этапе планирования и в ходе реализации данной Программы.
Инструменты реализации Программы	<p>Информационные материалы:</p> <ul style="list-style-type: none"> – документы, материалы, сведения о деятельности руководящих органов, Публичные (открытые) отчеты организаций Профсоюза всех уровней; – информационные и методические материалы в помощь профсоюзному активу, сборники по различным направлениям деятельности Профсоюза, в том числе по мотивации профсоюзного членства, правовой, организационной, экономической, социальной и др.; – аналитические обзоры, сведения о мероприятиях, акциях, организуемых и проводимых Профсоюзом; – резолюции, обращения, заявления; – информация о проблемах в сфере трудовых отношений, требованиях профсоюзных объединений, сообщения о конкретных действиях и результатах деятельности

	<p>организаций Профсоюза по защите социально-трудовых прав и профессиональных интересов работников отрасли;</p> <ul style="list-style-type: none"> – пресс-релизы, обзоры СМИ и публикации в СМИ, другое. <p>Способы передачи информации:</p> <ul style="list-style-type: none"> – непосредственно через коммуникацию (заседания комитетов, собрания, выездные семинары-совещания в районах, консультации, тематические семинары, в т.ч. в режиме он-лайн, совещания, мероприятия, акции и проч.); – через стационарные информационные стенды; – через телефонную и факсимильную связь; – через Интернет (сайт, электронную почту, группы в социальных сетях и др.); – через другие средства массовой информации.
<p>Система контроля эффективности реализации Программы</p>	<p>Ежегодный мониторинг информационных ресурсов и состояния информационного сопровождения деятельности местных и первичных профсоюзных организаций, организуемый областным комитетом Профсоюза. Критерии эффективности информационной работы представляют собой наличие:</p> <ul style="list-style-type: none"> – ответственного за информационную работу в каждой профсоюзной структуре; – сайтов местных и первичных организаций Профсоюза, страниц на сайтах органов управления образованием и образовательных учреждений, групп (сообществ) в социальных сетях в актуальном режиме; – ежегодных публичных отчетов выборных органов; – электронной почты местных и первичных профсоюзных организаций; – информационных пакетов (писем) от руководящих органов местной организации Профсоюза для первичных профсоюзных организаций; – содержательных информационных стендов рекламной продукции в первичных профсоюзных организациях; – PR-мероприятий в плане (акции, конкурсы, выставки, слёты, форумы, Интернет-конкурсы и др.); – подписки на печатные профсоюзные периодические издания: «Мой Профсоюз», «Липецкая газета»

	<p>профсоюзная вкладка «МЫ», «Солидарность» и использование их материалов в работе;</p> <p>–используемых информационных технологий, социальной рекламы;</p> <p>– разнообразных способов информирования членов Профсоюза.</p>
<p>Прогнозируемые результаты реализации Программы</p>	<p>- будет привлечено внимание значительной части общества, жителей Липецкой области к проблемам, решения которых добивается Профсоюз, будут разъяснены стратегические цели и задачи профсоюзной деятельности;</p> <p>- у значительной части населения Липецкой области будет сформировано устойчивое положительное отношение к Профсоюзу, Липецкой областной организации Общероссийского Профсоюза образования как дееспособной общественной организации, последовательно отстаивающей права работников образовательных учреждений и организаций различных типов и видов, органов, осуществляющих управление в сфере образования, студентов и обучающихся образовательных организаций высшего и среднего профессионального образования;</p> <p>- будет усовершенствована система информационного сопровождения деятельности всей структуры Липецкой областной организации Профсоюза:</p> <ul style="list-style-type: none"> • будет обеспечена открытость в деятельности выборных органов, в том числе в виде созданных и работающих в актуальном режиме сайтов (страниц) местных и первичных профсоюзных организаций, размещаемых на них ежегодных публичных отчетов; • будут обеспечены информационная связь между различными звеньями и уровнями профсоюзной структуры, внедрение новых информационных технологий, получение и распространение качественной профсоюзной информации, создана сеть внештатных профсоюзных корреспондентов; • будет создана эффективная система информирования профсоюзного актива, членов Профсоюза:

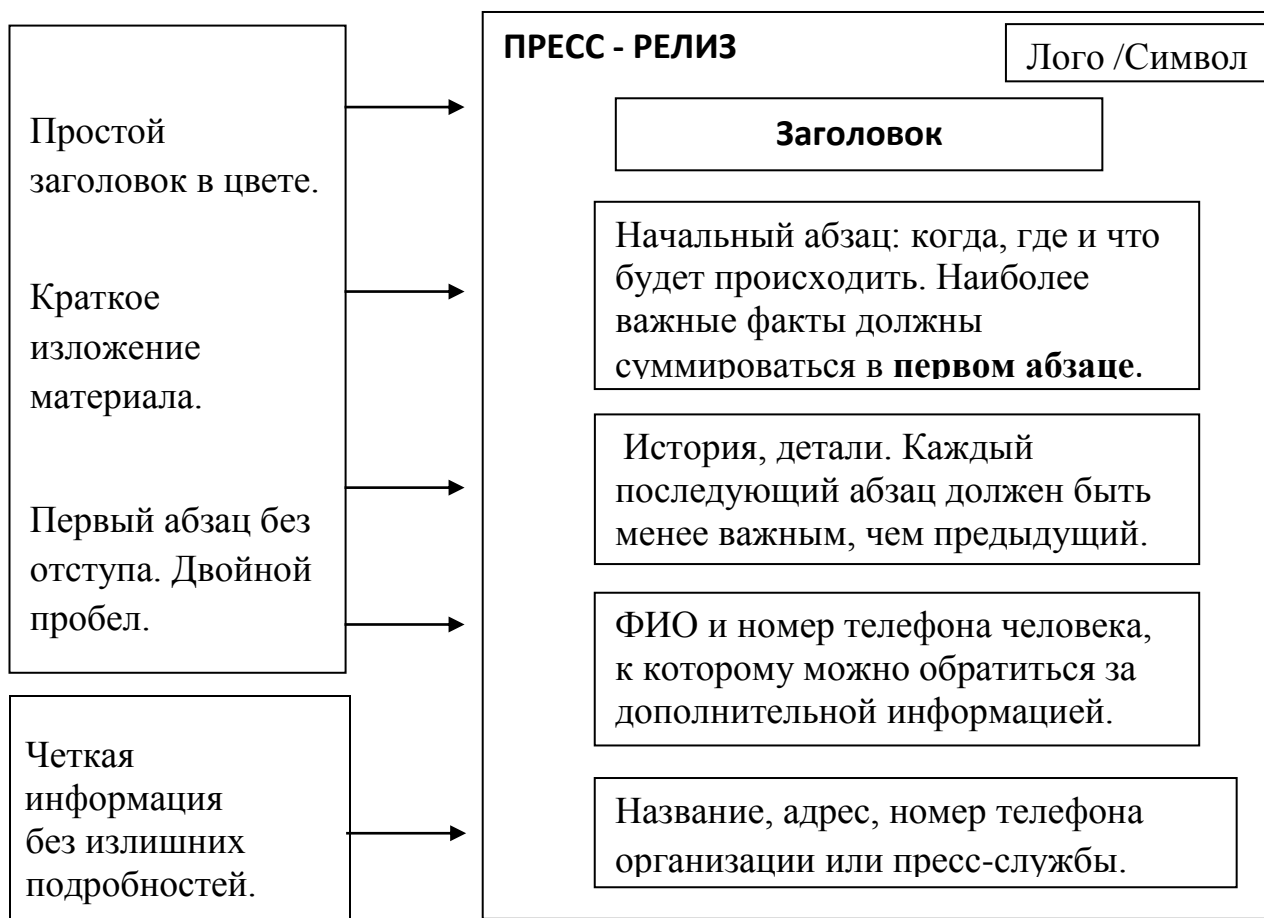
	<ul style="list-style-type: none"> ✓ о деятельности профсоюзных органов; ✓ об изменениях в законодательных актах, действиях исполнительной власти, затрагивающих интересы членов Профсоюза; ✓ о функционировании института социального партнерства; ✓ о передовом опыте работы профсоюзных организаций; ✓ об организации и проведении коллективных действий, их целях, задачах и результатах (при необходимости) и др.; • будет изучен и распространён опыт информационной работы местных и первичных организаций Липецкой областной организации Профсоюза.
Финансовое обеспечение реализации Программы	Согласно сметам, утверждаемым ежегодно на заседаниях комитетов обкома, рай(гор)комов, первичных профсоюзных организаций и собраниях ППО (от 3 до 6 %).

ПЛАН
реализации Программы Липецкой областной организации
Общероссийского Профсоюза образования «Информационная работа в
Профсоюзе» на 2018-2019 годы

№	Мероприятия	Ответственные	Сроки
1.	Провести мониторинг и сформировать базу информационных возможностей и ресурсов, технического оснащения компьютерной и другой оргтехники деятельности местных и первичных профсоюзных организаций.	Белавина Е.Н., председатели местных и ППО	1 квартал 2018 г.
2.	Подготовить и разместить на сайтах организаций открытые (публичные) отчёты выборных профсоюзных органов.	Сулова Н.Н., председатели местных организаций	1 квартал 2018 г.
3.	Открыть рубрику «Год охраны труда» на сайте областной организации.	Сулова Н.Н., Дедов А.В.	январь- декабрь 2018 г.

4.	Подготовить и распространить информационно-методические материалы по организации информационной работы и применению современных коммуникационных технологий в деятельности профсоюзных организаций, провести обучение профсоюзного актива по данному вопросу.	Сурова Н.Н., Белавина Е.Н., председатели местных организаций	в течение года
5.	Создать сеть внештатных корреспондентов, активнее включать в нее молодых педагогов.	Белавина Е.Н., председатели местных и ППО	в течение 2018 года
6.	Осуществлять онлайн-консультации для молодых педагогов посредством работы юридического клуба.	Белавина Е.Н., Молодежный совет	2018-19 годы
7.	Рассмотреть на заседании президиума обкома Профсоюза вопросы о состоянии и путях повышения эффективности информационной работы отдельных местных и первичных профсоюзных организаций.	Сурова Н.Н.,	2018-19 годы
8.	Провести семинар с председателями местных и первичных организаций Профсоюза по информационной работе.	Сурова Н.Н., Белавина Е.Н., УМЦ ФПЛО	Май- июнь 2018 г.
9.	Организовать и провести областной смотр-конкурс профсоюзных агитбригад.	Сурова Н.Н., Белавина Е.Н., председатели местных и ППО	сентябрь -ноябрь 2018 г.
10.	Подготовить серию методических материалов (печатных и электронных) по информационной работе.	Сурова Н.Н., Белавина Е.Н., УМЦ ФПЛО	в течение 2018
11.	Принять участие в конкурсе на получение гранта Администрации Липецкой области на реализацию общественно-полезных программ.	Сурова Н.Н., Белавина Е.Н.	апрель 2018

Образец расположения материала в пресс-релизе



Схемы передачи информации

Механизм передачи информации «сверху – вниз»



Механизм передачи информации «снизу – вверх»

