

**САМАРСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ОБЩЕРОССИЙСКОГО ПРОФСОЮЗА РАБОТНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ  
УЧРЕЖДЕНИЙ И ОБЩЕСТВЕННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ РФ**



**МЕТОДИЧЕСКИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ  
ПО ОРГАНИЗАЦИИ  
ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ  
В ПЕРВИЧНОЙ ПРОФСОЮЗНОЙ  
ОРГАНИЗАЦИИ**

# КАК ОРГАНИЗОВАТЬ ИНФОРМАЦИОННУЮ РАБОТУ В ПЕРВИЧНОЙ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ

Сегодня уже никого не нужно убеждать в том, что информационная работа является одним из необходимейших условий успешной деятельности профсоюзных организаций любого уровня. Формальное отношение к информационной работе, отсутствие достаточной информации о деятельности профорганов создает впечатление об их бездеятельности, что, соответственно, снижает мотивацию профсоюзного членства и, как следствие, порождает выход работников из Профсоюза. Нашей задачей было и остается создание условий для эффективной информационной деятельности Профсоюза, обеспечение членов профсоюза оперативной и достоверной информацией, в том числе и о результатах деятельности ППО. В Самарской областной территориальной организации ОПРГУ и ОО РФ разработан [Минимальный стандарт информационного обеспечения](#) для первичных профсоюзных организации. Он состоит из 8 обязательных условий для выполнения минимальных требований ведения информационной работы в ППО. Давайте разберем каждый пункт конкретно.

Итак, кто же в первичной профорганизации занимается информационной работой и что необходимо сделать в первую очередь, организуя эту работу? Если это первичная профорганизация где больше 15 человек, то при распределении обязанностей между членами профкома, информационную работу необходимо поручить одному из членов профкома. Рекомендуется выбрать человека, который активно пользуется социальными сетями, мобильными приложениями, оперативно ориентируется в интернет сети, умеет обращаться с камерой и фотоаппаратом. В небольших профорганизациях информационную работу ведет, как правило, председатель ППО.

## Что должен делать член профкома ответственный за информационную работу в ППО:

- оформление профсоюзного стенда и обновление информации на нем (не реже два раза в месяц)
- информационное сопровождение (фото, видео и пресс-релиз) всех мероприятий ППО (заседание профкома, собрание первички, культурно-массовые и физкультурно-оздоровительные мероприятия)
- своевременно направлять новости ППО в СОТООП (не позже одной недели)
- активно использовать в работе ППО бесплатные мобильные приложения: Viber, WhatsApp, Telegram и другие
- размещение информации о работе ППО в бесплатных мобильных приложениях с указанием хэштегов: [#профсоюзгосучреждений](#) [#профсоюзсамарскаяобласть](#) [#профсоюздействие](#) [#профсоюз](#) [#profgos](#) [#ФНПР](#) [#Самара](#) [#профсоюзнаямолодежь](#)
- информировать членов профсоюза ППО о новостях Профсоюза (не реже 1 раза в неделю)
- посещать сайт, официальные группы в соцсетях СОТООП (не реже 1 раза в неделю)
- отрегулировать информационное взаимодействие между ППО и СОТООП (информировать о событиях, памятных датах в ППО, организации, городе, районе)
- разместить ссылку на сайт СОТООП (с логотипом Профсоюза) на официальном сайте организации (ведомства, учреждения, министерства, администрации и т.п.)
- участвовать в информационно-пропагандистских мероприятиях, конкурсах СОТООП РГУ и ОО РФ, ОПРГУ и ОО РФ, ФНПР, ФПСО и др.
- иметь в ППО минимальный набор профсоюзной атрибутики: флаг большой, флаг настольный, бейсболки, футболки, пакеты, ручки, блокнот и другие (исходя из наличия)
- забирать в СОТООП печатные профсоюзные издания: «Солидарность»; «Народная трибуна»; Информационных бюллетеней и информировать членов профсоюза о интернет-версиях профсоюзных СМИ и телевидении
- При наличии своей странички в соцсетях или на сайте организации регулярно обновлять информацию
- По возможности привлекать местные СМИ на крупные мероприятия

# **МИНИМАЛЬНЫЙ СТАНДАРТ ИНФОРМАЦИОННОГО ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДЛЯ ППО**

**1**

**НАЛИЧИЕ ОТВЕТСТВЕННОГО  
ЗА ИНФОРМАЦИОННУЮ РАБОТУ**

**2**

**НАЛИЧИЕ ПРОФСОЮЗНОГО  
ИНФОРМАЦИОННОГО СТЕНДА**

**3**

**ИНФОРМАЦИОННОЕ ВЗАИМОДЕЙСТВИЕ  
С СОТООП РГУ И ОО РФ**

**4**

**АКТИВНОЕ ИСПОЛЬЗОВАНИЕ  
ПРОФСОЮЗНОЙ АТТРИБУТИКИ**

**5**

**ИНФОРМРАБОТА С ПОМОЩЬЮ МО-  
БИЛЬНЫХ ПРИЛОЖЕНИЙ И СОЦСЕТЕЙ**

**6**

**ИНФОРМАЦИОННОЕ СОПРОВОЖДЕНИЕ  
МЕРОПРИЯТИЙ ППО**

**7**

**РЕГУЛЯРНОЕ ПОСЕЩЕНИЕ  
ПРОФСОЮЗНЫХ ИНТЕРНЕТ РЕСУРСОВ**

**8**

**ПОСТОЯННОЕ ИНФОРМИРОВАНИЕ ЧЛЕНОВ  
ПРОФСОЮЗА О НОВОСТЯХ ПРОФСОЮЗА**

## Как правильно оформить информационный профсоюзный стенд.

Нами разработано и изготовлен единый вариант профсоюзного информационного стенда для ППО (размер 1 м x 1.1 м), к нему прилагается базовый красочный агитационно-информационным материал, освещающий деятельность Профсоюза и комитета Самарской областной организации.

Что нужно сделать, чтобы получить профсоюзный информационный стенд с материалами? Один простой шаг! Председатель ППО должен написать ходатайство на имя председателя СОТООП РГУ и ОО РФ Н.Ф. Логуа об оказании содействия в приобретении информационного профсоюзного стенда.

Далее рассмотрим место расположения информационного стенда. На самом деле, то, где стенд висит, - залог его успеха и популярности, поэтому уделите этому вопросу максимум внимания и дипломатических способностей при переговорах с работодателем. Идеально повесить информационный стенд в хорошо освещенных местах скопления людей, там, где они не торопятся. Немаловажно, на какой высоте висит стенд. Информацию на стенде необходимо обновлять не реже два раза в месяц, конечно же не вся, а какая-то часть. Обновление информации— это ключевой вопрос и главная сложность, но это важное действие. Нужно приучить ваших членов профсоюза, а также еще не вступивших работников к тому, что на стенде всегда есть что-то новенькое, что-то интересное, важное. Это поможет привлечь внимание всех работников и поможет при распространении важной информации. А также демонстрирует активную работу членов профкома и ППО в целом. При самостоятельном пополнении информации для стенда, необходимо учитывать некоторые особенности. Человеческий глаз устроен таким образом, что плохо воспринимает симметрию и монотонность. Вы можете сами проследить за собой, когда читаете газету—сначала глаз будет «выхватывать» яркую картинку, искать информацию возле нее, потом уж все остальное. Поэтому при оформлении материалов для стенда используете качественные, яркие картинки с кратким, но емким текстом, не выходящим из общей стилистики имеющихся материалов. Можно также разместить несколько сильных мест из вашего Коллективного договора или Соглашения, а также плакаты на профсоюзную тематику. Обязательно на стенде должна быть общепрофсоюзная информация, это для того, чтобы человек понимал и чувствовал, что он вступил не в свою отдельную первичку, а стал членом огромной общественной организации, со своим Уставом и Программой действий, реализация которой становится общим делом, и он может внести свой вклад. Ежегодно в СОТООП проводится конкурс «Лучшая информационная работа», где одним из основных показателей, является наличие и оформление профсоюзного информационного стенда.



## Информационное взаимодействие первичной профсоюзной организации с СОТООП.

Выполнение главной задачи – создание единого информационного пространства Профсоюза сегодня невозможно без широкого использования современных информационных технологий. В каждой ППО для оперативного взаимодействия должна быть электронная почта.

У ответственного лица за информационную работу в ППО должно быть:

- бесплатные мобильные приложения: Viber, WhatsApp, Telegram и другие
- постоянный доступ к интернету
- личная страница в социальных сетях ВКонтакте, Instagram, Фейсбук, Одноклассники
- электронная почта

Наша общая задача - достигаться 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. Все больше люди узнают о новостях, обмениваются информацией, формируют свое мнение и позицию, исходя из того, как она была подана в социальных сетях. Поэтому необходимо провести непростую, но очень важную работу, по привлечению каждого члена профсоюза в официальные группы СОТООП в соцсетях, где оперативно размещается профсоюзная информация, где возможно быстро получить обратную связь. Поэтому одной из важнейших задач для ответственного лица за информационную работу привлечь всех членов профсоюза ППО в официальные группы СОТООП в соцсетях.

Основным официальным информационным лицом СОТООП является сайт (<http://www.prgu-samara.ru/>). Сайт СОТООП РГУ и ОО РФ имеет четкую структуру рубрикаций, основанную на направлениях работы Общероссийского профсоюза РГУ и ОО РФ, согласно Программе действий Профсоюза по защите социально-трудовых прав и законных интересов членов Профсоюза и соответствуют современным направлениям.

**УЗНАЙ О ПРОФСОЮЗЕ БОЛЬШЕ  
МЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ  
ПРИСОЕДИНЯЙСЯ**

<https://vk.com/club111266914>  
<https://www.facebook.com/samprgu/>  
<https://ok.ru/group/54136671764600>

САМАРСКАЯ ОБЛАСТНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ  
ОБЩЕРОССИЙСКОГО ПРОФСОЮЗА  
РАБОТНИКОВ ГОСУДАРСТВЕННЫХ  
УЧРЕЖДЕНИЙ  
И ОБЩЕСТВЕННОГО ОБСЛУЖИВАНИЯ

Профиль | Профессиональная служба | Качество взаимодействия | Социальное партнерство | Персоналия | Как создать ППО

Мы в соцсетях: [Минимум знаний](#), [Профессиональный десктоп](#), [Минимум знаний](#), [Профессиональный десктоп](#), [Минимум знаний](#)

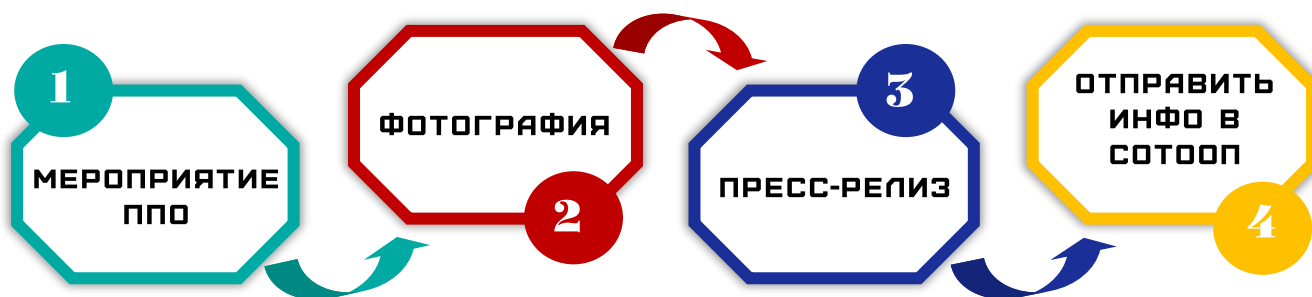
© 2016. Самарская областная организация Общероссийского профсоюза работников государственных учреждений и общественного обслуживания. Все права защищены.

## Информационное сопровождение мероприятий ППО.

При проведении мероприятий ППО, ответственному лицу по информационной работе необходимо сделать фотографии, общее коллективное фото и фото в динамике. Обязательно на всех мероприятиях должна присутствовать профсоюзная атрибутика (флаг большой, флаг малый, кепки, футболки, плакаты с логотипом Профсоюза). После проведения мероприятия не позже недели, ответственный за информационную работу, должен написать пресс-релиз (описание мероприятия), приложить фотографии и направить по электронной почте в СОТООП помощнику по информационно-агитационной работе на e-mail: pravorgu@mail.ru.

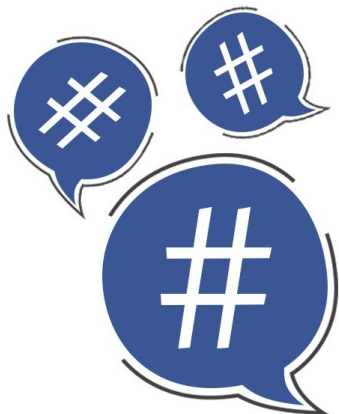
### Основное правило для форматных фотографий— это наличие профсоюзной атрибутики!

Поговорим еще об одном помощнике в информационной работе, о смартфоне. Если в первые годы своего существования мобильный телефон представлял собой простой инструмент для звонков, то в настоящее время это почти полноценный компьютер, свободно помещающийся в карман. Современные модели телефонов способны записывать видео хорошего качества, а также делать четкие и детальные снимки. Это отличный помощник в информационной работе, который всегда рядом, и позволяет моментально загрузить фото с вашего мероприятия в социальные сети.



### Размещение информации о работе ППО в бесплатных мобильных приложениях с указанием хэштегов.

Когда-то # был просто знаком фунта или решеткой. Но потом появился Twitter и превратил обычный знак решетки в онлайн-сенсацию. Теперь какой бы соцсетью вы ни пользовались, будь то Twitter, Instagram, Pinterest, Google+, YouTube, Вконтакте или Facebook, вам не удастся избежать вездесущего #хештега. Для человека, который только начал свое знакомство с соцсетями, хештеги могут казаться чем-то непонятным и бесполезным на первый взгляд. Но когда вы поймете их смысл и как ими пользоваться, хештеги станут для вас незаменимым инструментом в привлечении целевой аудитории и повышении узнаваемости Профсоюза. Хештег – это ключевое слово или фраза, перед которыми ставится символ # и которые используются в публикациях в социальных сетях. В результате ваш пост становится доступен людям с такими же интересами, даже если они не подписаны на ваши обновления. Хештеги отображаются в виде ссылки, перейдя по которой, вы попадете на публикацию, содержащую данный хештег. Таким образом мы формируем единое информационное пространство Профсоюза и рекомендуем активно использовать хештеги при размещении информации



#### Используйте следующие хэштеги:

**#профсоюзгосучреждений**

**#100летпрофсоюз #профсоюз**

**#profgos #ФНПР #Самара**

**#профсоюзнаямолодежь**

**#100летprofgos #профсоюздействие**

## Профсоюзные СМИ для членов профсоюза.

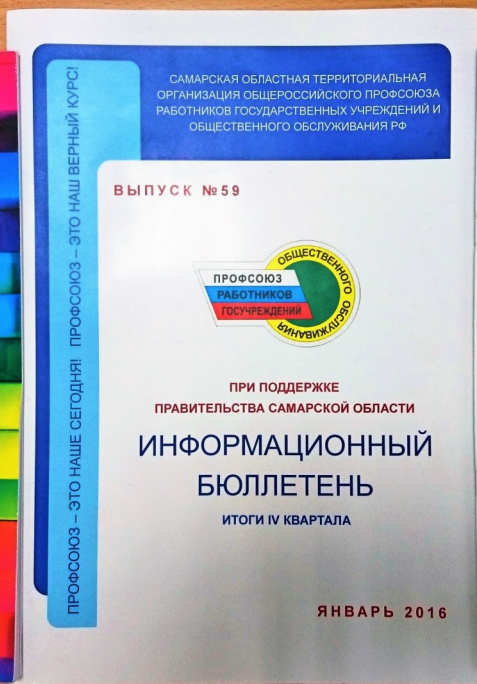
Самарская областная организация выписывает для членов профсоюза:

- Центральную профсоюзную газету «Солидарность»
- Профсоюзную газету Самарской области «Народная трибуна»

Также ежеквартально выпускается Информационный бюллетень СОТООП в полноцветном формате, где освещается работа ППО, комитета СОТООП, ЦК Профсоюза и ФНПР.

Ежегодно выписываются дополнительные методические издания: Библиотечка профсоюзного актива (г. Москва), Зонального учебно-методического центра профсоюзов Санкт-Петербурга.

Хотелось еще обратить ваше внимание, что вы можете воспользоваться интернет версией профсоюзной газеты «Солидарность» (<https://www.solidarnost.org/news>) и посмотреть Профсоюзное ТВ (<http://profsouztv.ru/>). Все эти ссылки имеются на нашем сайте и в группах в соцсетях. Заходите, читайте, смотрите.



Но главная социальная сеть — это общение с людьми, живое, искреннее, заинтересованное. Ни один гаджет этого не заменит. В личной беседе, консультации, в выступлении на собрании, комитете, президиуме происходит контакт, позволяющий профсоюзной информации, агитации дойти до сердца члена профсоюза, социального партнера. Эффективная коммуникация — один из самых важных жизненных навыков, который можно развить. Каждый из нас достигает в нем разного уровня мастерства — один неспособен договориться с родными и решить, кто пойдет выносить мусор, а другой среди улицы может продать незнакомцу слона. Все можно научиться, умение общаться с людьми — не исключение. С чего начать? Следите за собой во время общения с людьми и применяйте способы, о которых мы дальше расскажем. Их, безусловно, больше, но и с этими результат будет очень хорошим.

### **Несколько способов улучшения навыков общения.**

**1. Всегда обращайтесь внимание на язык тела.** Да, мы считаем это важным, но когда доходит до дела, то больше концентрируемся на том, что скажем, чем на том, как выйдем, и что «говорит» тело. А оно зачастую может сказать намного больше, чем слова. Вы говорите собеседнику, что открыты для диалога, но при этом даже не глядите в его сторону. Уверяете, что он вам интересен, но то и дело проверяете свой телефон и проявляете нетерпение. Невербальные сигналы показывают больше, чем вы думаете. Помните о том, что вы общаетесь с человеком, даже если не говорите в этот момент ни слова. Сложно держать под контролем все тело, поэтому начните с рук. Когда говорите, следите за тем, чтобы руки и пальцы передавали и дополняли смысл сообщения, а не висели безвольно. Учитесь также читать язык тела своего собеседника — так будет намного проще поймать его настроение.

**2. Избавьтесь от всего лишнего.** Под лишним нужно понимать «эм» и «ам», а также слова и словосочетания, не несущие смысла. Сократите количество подобного мусора, чтобы казаться более уверенным и убедительным. Сначала это покажется трудной задачей, но с практикой вы не только избавитесь от лишних слов, но и станете гораздо яснее мыслить.

**3. Продумайте сценарий.** Предположим, вас всегда ставил в тупик вопрос: «А кем вы работаете?». Это вводит в ступор, вы начинаете запинаться и произносить бессвязную речь, разбавленную нелепыми шутками. Время покончить с неловкостью. Выделите время и продумайте, после чего запишите ответы на все вопросы, которые вызывают особые сложности. Можно записать несколько вариантов сценария, в зависимости от того, с кем будете разговаривать.

**4 Расскажите историю.** Истории обладают особой силой. Они активируют работу мозга собеседника, делают презентации увлекательными, позволяют нам быть убедительными и даже помогают на собеседованиях. У каждого из нас есть по крайней мере одна замечательная история. И если наполнить ее метафорами, красочными выражениями, кульминацией — собеседник будет слушать нас с удвоенным интересом.

**5. Задавайте вопросы.** Многие отказываются задавать вопросы, боясь показаться навязчивыми или глупыми. На самом же деле это могущественный инструмент, который позволит заинтересовать собеседника и показать ему, что он вам интересен. Повторяйте последние слова в вопросительной форме, что будет поощрять его рассказывать дальше. Те, кого называют общительными людьми, чаще всего умеют всего лишь задавать вопросы и внимательно слушать.

**6. Не отвлекайтесь.** Отвлекаться на телефон во время диалога — отличный способ испортить взаимоотношения с окружающими. Если в этом цель, тогда отлично, но если вы хотите прослыть хорошим собеседником, забудьте о том, что он у вас есть. Мешает не только телефон: это может быть все, что угодно, что мешает разговору.

**7. Свяжите свою мысль с аудиторией.** Ничто не может быть более скучным, чем бесконечный рассказ собеседника, никак не связанный с присутствующими. Так мы чувствуем себя жилеткой, в которую можно выплакаться. Великие собеседники всегда связывают истории с теми, с кем общаются. Они дают понять, что это диалог, а не монолог. Если нужно, прерывают рассказ и слушают ваш.

**8. Используйте эмпатию.** Разговор — это улица с двусторонним движением. Подавляющему большинству людей все равно, что скажет собеседник, именно поэтому так мало тех, кто добивается успеха в общении. Если вам интересна точка зрения другого человека, вы уже во многом преуспели в коммуникации. Развитие эмпатии поможет вам увидеть, когда собеседник устал и хочет отдохнуть, когда лучше промолчать, когда пошутить.

**10. Слушайте, действительно слушайте.** Несмотря на порядковый номер, это самый важный принцип, которым нужно руководствоваться. Если и есть единственный совет о том, как стать прекрасным собеседником, это именно он. Мы так поглощены самими собой, что совершенно не обращаем внимания на то, что говорит человек. Это — наш главный враг практически в любом диалоге. Это тяжелая работа, требующая терпения, но именно умение слушать приводит к тому, что о человеке говорят: «Это лучший собеседник, которого я когда-либо видел!».

Желаем вам удачи!