

ЗАДАЧИ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ:

- просвещение;
- информирование;
- мотивация профсоюзного членства;
- создание положительного имиджа.

*Какой должна быть информационная работа?
На каких принципах она должна строиться?*

Гласность и открытость

Информационная работа должна обеспечивать максимальную открытость организации и доступность общественному обсуждению. Возможно, даже общественному контролю. Профсоюзная организация должна быть публичной, а работа профсоюзной организации прозрачной и понятной каждому.

Объективность и полнота

Информация, которую получают члены профсоюза от профкома, должна быть объективной и полной, не содержать ошибок и неточностей.

Доступность

Детали профсоюзной работы и сопутствующая информация должны быть доступными. Любой человек, должен иметь возможность, когда и как ему удобно получить дополнительную информацию и ответы на возникающие вопросы.

Актуальность и оперативность

Наряду с прочим, информация должна быть максимально своевременной. Согласитесь, что сообщение о приеме заявлений на отдых, появившееся всего за несколько дней до конца срока подачи заявлений, статья в газете о мероприятии, прошедшем больше двух месяцев назад, последняя новость на сайте профсоюзной организации, датированная прошлым годом и другие подобные ситуации в работе профсоюзной организации недопустимы.

Четкость и структурированность

Иногда даже большие объемы информации усваивать легко, если они имеют логичную и понятную структуру, мысли выражаются четко, а уточнения действительно уточняют отдельные мысли, а не «размазывают» их по тексту.

Лаконичность

Информационная работа должна быть лаконичной и четкой, без «воды».

Разнообразие

Чтобы поддерживать положительный образ организации и мотивировать работников состоять в профсоюзе, необходимо постоянно владеть их вниманием, а это невозможно сделать, если информационная работа примитивна и однообразна.

Ритмичность и регулярность

В очень многих направлениях информационной работы важно добиться постоянства, обязательности наступления неких событий через равные промежутки времени.

Например, выпускать очередной номер газеты необходимо, например, раз в две недели; для повышения вероятности положительного ответа обращаться в местные или внешние средства массовой информации необходимо ритмично, согласно определенной периодичности; чтобы ключевые работники и руководители придерживались мнения о профсоюзной организации, которое устраивало бы саму организацию, напоминать о себе и информировать о своей работе также необходимо регулярно.

Узкая направленность

Для повышения эффективности информационной работы, воздействие на членов профсоюза должно быть узконаправленно. Из всей массы работников должны быть выбраны более узкие группы, для каждой из которых предусматривается свое информационное сообщение или способ воздействия. Проще говоря, каждому надо говорить то, что он хочет услышать.

Например, мотивируя первокурсника в вузе, ему необходимо говорить, что в профсоюзной организации он сможет реализовать себя и получить опыт, необходимый ему после окончания вуза, а студенту, проживающему в общежитии – что при попытке его выселения из общежития, профсоюзная организация защитит его права и отстоит его интересы.

На плечи первичной профсоюзной организации ложится важная задача информировать членов профсоюза не только о своей деятельности, но и деятельности вышестоящих организаций.

Немного о формах и методах информработы

Сразу хочу сказать, что приведенная ниже классификация методов и форм информационной работы всего лишь один из возможных вариантов, это не «истина в последней инстанции».

Межличностная коммуникация

Это устный способ донесения информации. Эта форма никогда не перестанет быть актуальной. Более того, благодаря возможности мгновенного диалога, эта группа способов может быть одной из самых эффективных.

Публичные выступления

Самый действенный способ проинформировать членов профсоюза – просто рассказать им то, что вы хотите. Сделать это можно путем публичного выступления, Публичные выступления должны проводиться руководителями организации на любом общественном мероприятии, профсоюзным активом – с определенной периодичностью

Выступления могут носить разный характер. Это могут быть показательные выступления, например, председателя профсоюзной организации перед очень широкой аудиторией, или наоборот – простые, содержательные выступления, например, профсоюзного актива перед небольшой группой.

Распространение информации через профсоюзную структуру

Одна из традиционных форм информационной работы – распределение информации через профсоюзный актив по структуре организации.

Чтобы информацию «по пути» не исказить и не потерять, ее стоит зафиксировать в письменном виде.

Контактная информация и обратная связь

Для профсоюзной организации девиз «Наши двери открыты для всех» должен быть не просто красивым лозунгом, а принципом работы. «Обратная связь» – это не только активные методы выяснения мнения, это еще те случаи, когда работники сами проявляют инициативу, обращаются в профком.

Чтобы член профсоюза мог легко обратиться за помощью, получить консультацию, отдать заявление или другие документы, информация о местонахождении профкома, расписание его работы (если оно отличается от графика работы организации) и контактные телефоны должны быть общедоступны.

В 21 веке к этому списку обязательно необходимо добавить адрес электронной почты, рабочий номер в вайбер. И, конечно, необходимо не только обозначить контактную информацию, но и обеспечить работу заявленных каналов связи.

Объявления

Как проще всего всем что-то сообщить? Написать объявление.

Объявления (давайте договоримся понимать под этим словом любые наглядные информационные сообщения, в том числе, афиши, плакаты, баннеры, растяжки и т.д.) – это наиболее простой и привычный способ распространения информации широкой аудитории.

Не обязательно все объявления должны быть «кричащими». Для подачи серьезных информационных сообщений, например, об отношениях с социальными партнерами, о ходе заключения и реализации соглашения (коллективного договора), о подготовке или итогах акций использовать более строгое, «официальное» оформление.

Площадки для размещения объявлений могут быть самыми разными. Традиционно, это собственные профсоюзные стенды, различные стенды внутри организации, а также стены коридоров и холлов – как это все банально! Ищите более разнообразные и нестандартные площадки.

Например, бумажные подстилки для подносов в столовых и кафе. Для пункта питания это соблюдение санитарно-гигиенических норм, причем бесплатно, для работников – чистые подносы и сервис, для профсоюзной организации – дополнительная информационная площадка.

Информационные стенды

Для чего профсоюзной организации нужны свои информационные стенды («профсоюзные уголки»)?

С одной стороны, стенды выполняют простую просветительскую задачу. С этой точки зрения, стенды больше похожи на стенгазеты. На них размещаются тексты, фотографии, диаграммы, схемы и другая информация,

которая расскажет о профсоюзной организации, ее цели и задачах, истории, направлениях работы, традиционных мероприятиях, структуре, вышестоящих организациях профсоюза и т.д. Такие стенды формируют корпоративное пространство, поддерживают фирменный стиль, создают особую атмосферу и культуру.

Стенды бывают разными: они или несут постоянную информацию, или являются площадками для временных объявлений. Стендов должно быть много: не только у профкома, но и везде в людных местах. Они должны быть разнообразны по размеру, типу и тематике.

Хорошо сделать специальные стенды: стенд в профкоме «для своих» и временные стенды для самых массовых мест. Так же важно следить за стендами: чистить от мусора, удалять или обновлять устаревшую информацию, заполнять пустые места и т.д.

Информационные стенды – это основная информационная площадка профсоюзной организации, поэтому крайне важно сделать ее эффективной.

Печатные материалы

Не менее традиционной формой информационной работы является разработка и распространение различных печатных материалов. Они и вправду могут быть самими различными, разного формата и сфер применения.

Печатную продукцию, например, можно классифицировать по формату:

- листовка – простое оформление, маленький формат – А4-А7,
- флаер – более сложное полноцветное оформление, маленький формат,
- буклет – полноцветная печать, формат А4-А6, сложенный в 1 или 2 раза,
- брошюра – многостраничное печатное издание различного формата,
- проспект – многостраничное издание, объемом больше брошюры,
- книга – издание объемом, скажем, свыше 100 страниц, возможно с твердой обложкой и корешком на клею,

вполне вероятно, что в такой классификации можно выделить и другие форматы.

Как мы в XXI веке, веке высоких информационных технологий, ищем интересующие нас ответы? Зачастую, просто задаем вопросы Яндекс или Google, открываем сайт и вычитываем интересующую нас информацию.

Так одним из способов впервые познакомиться с профсоюзной организацией или найти ответ на какой-то конкретный вопрос является изучение сайта профсоюзной организации. И впечатление от просмотра сайта или удивление от его отсутствия станет основой дальнейшего отношения к профсоюзной организации.