

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ
РАБОТНИКОВ НЕФТЯНОЙ, ГАЗОВОЙ ОТРАСЛЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СТРОИТЕЛЬСТВА



РАЗВИТИЕ ЕДИНОГО
ИНФОРМАЦИОННОГО
ПРОСТРАНСТВА
ПРОФСОЮЗА

МАРТ 2018
СЫЗРАНЬ



ИСТОРИЧЕСКАЯ СПРАВКА:

АО «Сызранский нефтеперерабатывающий завод»

АО «Сызранский нефтеперерабатывающий завод» (генеральный директор Игорь Геннадьевич Кузьмин) – дочернее общество ПАО «НК «Роснефть».

Завод появился на экономической карте страны в годы Великой Отечественной войны. Первая продукция СНПЗ отгружена на Сталинградский фронт 22 июля 1942 года. С завода началось развитие нефтеперерабатывающей отрасли в Самарском регионе. Это ведущее градообразующее предприятие Сызрани. Удобное географическое расположение в центре России, использование железнодорожного, речного и автотранспорта дает возможность предприятию мобильно отгружать миллионы тонн нефтепродуктов в год.

Сызранский НПЗ производит более 30 наименований нефтепродуктов, пользующихся устойчивым рыночным спросом: автобензин, дизельное топливо, мазут, битум, сжиженные газы, серную кислоту и другое.

В 2015 году, значительно опережая требования российского законодательства, АО «Сызранский нефтеперерабатывающий завод» в полном объеме перешло на выпуск автобензина и дизельного топлива по экологическому классу Евро-5 Технического регламента Таможенного союза.

Это стало возможным в результате реализации на предприятии масштабной инвестиционной программы ПАО «НК «Роснефть» с целью увеличения глубины переработки, повышения экологической и промышленной безопасности.

За время реализации инвестиционной программы на СНПЗ уже пущен ряд объектов, в настоящее время в разной степени готовности: еще несколько пусковых комплексов, комплексов, включающих как технологические установки, так и объекты ОЗХ.

Обращение к участникам семинара заместителя Председателя Нефтегазстройпрофсоюза России Зотова Владислава Владимировича.....	4
Обращение к участникам семинара председателя ППО АО «Сызранский НПЗ» Патоки Андрея Валентиновича.....	5
Приветственное слово Председателя областного Союза «Федерация профсоюзов Самарской области» Ожередова Павла Григорьевича.....	6
Выступление заместителя председателя постоянной комиссии Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе Бахтиярова Альберта Динусовича.....	7
Доклад пресс-секретаря Нефтегазстройпрофсоюза России Нестеровой Анастасии Владимировны «Информационная политика Профсоюза: вчера, сегодня, завтра».....	9
План реализации Стратегии информационного развития Профсоюза.....	11
Проект информационного минимума.....	13
Лекции:	
Светлана Николаевна Романовская, журналист, редактор, пиар-менеджер.....	15
Галина Анатольевна Ефанова, директор Самарского института профсоюзного движения, главный редактор газеты «Народная трибуна» областного союза «Федерация профсоюзов Самарской области».....	18
Александр Алексеевич Кляшторин, SMM-специалист центральной профсоюзной газеты «Солидарность».....	20
Ирина Анатольевна Танина, журналист-редактор.....	23
Дмитрий Алексеевич Лодыгин, SMM-специалист, администратор страниц Нефтегазстройпрофсоюза России в социальных сетях.....	25
Обмен опытом и лучшими практиками информационной работы:	
Грицук Алексей Юрьевич, специалист по информационной работе ОППО АО «Новокуйбышевский НПЗ» МПО ПАО «НК «Роснефть».....	28
Балабанова Тамара Алексеевна, главный специалист по коммуникациям ППО ПАО «Саратовский НПЗ» МПО ПАО «НК «Роснефть».....	35
Пахомова Елена Ивановна, главный специалист информационно- аналитического центра аппарата МПО ПАО «ЛУКОЙЛ».....	38
Боякова Екатерина Валериевна, специалист по информационной работе ППО «СИБУР Тольятти» МПО «СИБУР Профсоюз».....	40
Новичкова Юлия Эдуардовна, заместитель председателя профкома ППО НГДУ «Ленингорскнефть» МПО ПАО «Татнефть».....	42
Кочурин Денис Владимирович, председатель ППО управления «Ноябрьскэнергонефть» ТПО «Газпромнефть-Ноябрьск».....	44
Заварзина Мария Александровна, заместитель председателя ОППО ОАО «Газпром газораспределение Воронеж».....	49
Заенчковский Владимир Казимирович, пресс-секретарь Сургутской районной организация Нефтегазстройпрофсоюза России.....	52
Хасанова Фардия Рифхатовна, редактор отдела, председатель ППО МБУ Редакция газеты «Альметьевский вестник» Татарстанской республиканской организации Нефтегазстройпрофсоюза России.....	54



Владислав Владимирович Зотов

**заместитель председателя
Нефтегазстройпрофсоюза России:**

Дорогие участники семинара! Друзья!

Рад приветствовать вас. Мы все собрались для того, чтобы сделать информационное направление нашей профсоюзной работы еще более эффективным. От нашей с вами работы зависит имидж Профсоюза, удовлетворенность членов нашей большой профсоюзной семьи в целом работой Профсоюза. Не первый год мы идем к реализации большой глобальной задачи – созданию единого информационного пространства. И не просто созданию, а чтобы оно работало и отвечало всем требованиям современного информационного общества. У нас для этого есть все ресурсы.

2017 год, объявленный Федерацией Независимых Профсоюзов России Годом профсоюзной информации, прошел успешно.

Стратегия информационного развития Профсоюза, принятая нами в 2008 году, – наш политический ориентир работы в этом направлении. При условии использования всех имеющихся информационных ресурсов и качественно новых свойств информационной среды можно рационально задействовать весь комплекс ресурсов Профсоюза. И это является важнейшим условием укрепления единства Профсоюза.

Наша с вами задача – сделать все возможное, чтобы информационная деятельность помогала принимать решения, которые позволят идти вперед! И конечно же, ни на минуту нельзя забывать о том, что информация в основе своей имеет идеологическую, имиджевую составляющую, а информационная деятельность должна функционировать таким образом, чтобы Профсоюз воспринимался как мощная и действенная общественная сила, реальный защитник прав и интересов работников. И если в ходе информационной работы будет показана в полной мере роль Профсоюза в разрешении серьезных проблем, то и доверие к нам непременно возрастет, а значит, повысится авторитет и укрепятся наши ряды.



Андрей Валентинович Патока

**председатель
ПО АО «Сызранский НПЗ»**

Уважаемые гости!

Мы рады приветствовать вас на гостеприимной Самарской земле в старинном городе Сызрани.

Сызранский НПЗ – динамично развивающееся, градообразующее предприятие. Профсоюзная организация является неотъемлемой частью завода. Высокие результаты, достигнутые в выполнении основной функции профсоюза – защите прав и интересов работников, неоднократно отмечались на самом высоком уровне. Крепкий коллективный договор, высокая социальная ответственность работодателя и новаторский подход к решению социальных вопросов позволяют нам быть в тренде. Доверие заводчан подтверждается профсоюзным членством – свыше 95% (по состоянию на январь 2018 года).

Надеемся, что время, проведенное у нас, станет для вас познавательным. Мы готовы делиться с вами опытом и будем рады узнать что-то новое.



Павел Григорьевич Ожередов

**председатель областного Союза
«Федерация профсоюзов
Самарской области»**

Уважаемые коллеги!

Позвольте приветствовать профсоюзный актив Нефтегазстройпрофсоюза России на Самарской земле и поблагодарить вас за участие. Надеюсь,

что семинар информационных работников позволит вам получить новые знания, познакомиться с опытом коллег, и приобретенное вы сумеете реализовать в вашей работе.

Большинство организаций профсоюзов рассматривает информационную работу как важнейший фактор мотивации профсоюзного членства и повышения активности профсоюзной деятельности.

Сегодня Федерацией профсоюзов Самарской области проводится достаточно серьезная информационно-пропагандистская работа. Ее финансирование составляет более 6% годового бюджета ФПСО. Издаются газета «Народная трибуна» (ежемесячный тираж 2,5 тыс. экз.), информационные бюллетени, тематические брошюры, информационно-разъяснительные и пропагандистские плакаты, буклеты, календари, сувенирная продукция.

Среди значимых мероприятий в этой сфере – ежегодные конкурсы «Лучшая информационная работа в профсоюзах», «Лучший профсоюзный сайт ФПСО», областной конкурс на лучшие агитационно-мотивирующие листовки и плакаты «Вместе мы сила!», фестиваль профсоюзной рабочей песни, межрегиональный форум Приволжского федерального округа «Информационная работа в профсоюзах. Традиции или новаторство. Плюсы, минусы, нюансы». Федерацией профсоюзов проведен круглый стол с участием руководителей членских организаций на тему «Профсоюзы в современном информационном пространстве: проблемы и перспективы».

Реализация Года профсоюзной информации показала заинтересованность и активность профсоюзной молодежи в проведении и поддержке мероприятий ФПСО. Проведены молодежный профсоюзный фестиваль «Будем знакомы!», конференция областного профсоюзного форума ФПСО «Молодежь в медиaprостранстве профсоюзного движения», пикет ФПСО «МРОТ на уровень прожиточного минимума трудоспособного населения».

Основы ведения информационной работы являются обязательным пунктом программы обучения кадрового резерва разных уровней профсоюзной системы, в том числе школы молодого профсоюзного лидера.

Весомый вклад в информационную работу профсоюзов вносит программа «Профсоюзный вестник», многие годы выходящая на телеканале «СКАТ». На сегодняшний день информация о работе Федерации профсоюзов Самарской области публикуется на страницах газет «Народная трибуна», «Волжская коммуна», «Самарское обозрение», интернет-портале «Волга Ньюс».

Особое внимание мы уделяем развитию профсоюзных интернет-ресурсов. Желаю вам плодотворной работы!

Альберт Динусович Бахтияров

**заместитель председателя постоянной
комиссии Российского Совета профсоюза
по информационно-аналитической работе,
председатель объединенной профсоюзной
организации АО «Транснефть-Прикамье»**



Мы живем в век информационных технологий, где информация сама по себе – решающий фактор развития и существования любой системы и, конечно же, в профсоюзе. Сегодня уже никого не нужно убеждать в том, что информационная работа является одним из стратегически важных направлений деятельности профсоюзных организаций любого уровня. Об информационной политике профсоюзов в последнее время сказано и написано немало. Это направление работы – многогранное, сложное и специфичное – самым непосредственным образом влияет на показатели численности профорганизаций всех уровней, усиление осознанной мотивации профсоюзного членства и повышение общественной активности членов Профсоюза.

Общеизвестно, что отсутствие достаточной информации о Профсоюзе не позволяет его членам ориентироваться в работе организации на всех уровнях и создает подчас мнение о бездеятельности Профсоюза, его консерватизме. Это чаще всего и порождает скепсис, неверие в результативность профдвижения. И, наоборот, видя результаты, люди обретают веру в организацию. Поэтому задачей Нефтегазстройпрофсоюза России было и остается создание условий для эффективной информационной деятельности всех звеньев профсоюзной структуры, обеспечение членов Профсоюза оперативной и достоверной информацией, в том числе и о результатах деятельности профсоюзных органов всех уровней.

2017 год был объявлен ФНПР «Годом профсоюзной информации», который дал дополнительный импульс для развития информационной политики в профсоюзе. Нефтегазстройпрофсоюз России активно ведет информационную работу по всем направлениям профсоюзной деятельности, применяя современные методы распространения информации: сайт, социальные сети, видеохостинг, мобильные приложения, печатные издания и другие возможности информирования. Разработаны минимальный стандарт информационного обеспечения для профсоюзных организаций и методические рекомендации. Реализуя единую информационную политику профсоюзов, Нефтегазстройпрофсоюз России ежегодно повышает уровень информационной работы, используя все прогрессивные формы и методы обучения: выездные семинары, вебинары.

Нефтегазстройпрофсоюз России считает своими обязанностями оперативное распространение информации о деятельности Профсоюза, информационное освещение проводимых мероприятий, обеспечение имиджа Профсоюза через участие в реализации социально значимых проектов и программ.

Но при всем изобилии современных методов распространения информации свои лидирующие позиции не сдает один из основных методов – это общение с людьми, живое, искреннее, заинтересованное. Ни один гаджет этого не заменит. В личной беседе,

в общении с коллегами, в выступлениях на собраниях, совещаниях, в комитете, президиуме происходит контакт, позволяющий профсоюзной информации, агитации дойти до сердца члена Профсоюза.

Для этого важного направления в Профсоюзе работает постоянная комиссия Российского Совета по информационно-аналитической работе. Перед членами комиссии стоит важная задача: выстроить информационную работу профсоюзных организаций всех уровней, согласно минимальному стандарту информационного обеспечения, оказать практическую помощь для развития эффективной информационной работы, обеспечить членов профсоюза оперативной и достоверной информацией о Профсоюзе, а также наладить активное информационное взаимодействие с вышестоящей организацией.

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.

Основной целью информационной работы Нефтегазстройпрофсоюза России является усиление осознанной мотивации профсоюзного членства и рост общественной активности членов профсоюза в защите своих трудовых и социально-экономических прав. Для достижения этой цели комиссия по информационной работе обязана обеспечить прохождение профсоюзной информации от высшего звена профсоюзной организации к рядовым членам профсоюза, а также информировать членов профсоюзных организаций о деятельности профсоюзной организации.

Постоянная комиссия Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе была образована в 2005 году. Создание Комиссии было обусловлено необходимостью формирования единого информационного пространства Профсоюза, детального изучения и мониторинга текущей ситуации, а также требованиями дальнейшего совершенствования работы Нефтегазстройпрофсоюза России в интересах членов профсоюза.

В настоящее время в Комиссию входят председатели и специалисты межрегиональных объединенных, первичных профсоюзных организаций Профсоюза. Работа Комиссии ведется в соответствии с ежегодным планом, она ежегодно отчитывается о своей деятельности на заседаниях Российского Совета и получает положительную оценку своей работы.

Важным фактором для построения эффективной работы профорганизации служит обратная связь с профсоюзными лидерами организаций, предприятий и рядовыми членами профсоюза. Одним из способов исследования мнения членов профсоюза является анкетирование. Такой опрос помогает изучению проблем и перспектив развития профорганизации. Информационной группой в 2017 году проведено анкетирование (среди молодых членов профсоюза). В результате исследования выявлен реальный и желаемый образ профорганизации у членов профсоюза, определена степень информированности о ее деятельности, дана оценка эффективности каналов коммуникации.

Всем нам надо уходить от дедовских методов агитпропа и активнее использовать новые технологии, социальную рекламу, ориентированную на интересы членов Профсоюза, на всех уровнях единой информационной системы профсоюзов и активнее интегрироваться в информационное пространство России в целом. На этой основе и должно быть обеспечено право членов Профсоюза на информацию, так как именно они и есть основа профсоюзного движения. Ведь «цена информационного вопроса» – сохранение численности и привлечение новых членов Профсоюза, а по большому счету, будущее всего профсоюзного движения.

ИНФОРМАЦИОННАЯ ПОЛИТИКА ПРОФСОЮЗА: ВЧЕРА, СЕГОДНЯ, ЗАВТРА

**Анастасия Владимировна
Нестерова**

**пресс-секретарь
Нефтегазстройпрофсоюза России**



ВАЖНЫЕ СОВРЕМЕННЫЕ ЭТАПЫ РАЗВИТИЯ ИНФОРМАЦИОННО-АНАЛИТИЧЕСКОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ:

- В 1997 году начал издаваться журнал «НГСП-информ».
- В 2000 году на III съезде Профсоюза впервые поставлена задача создать самостоятельное информационное подразделение в аппарате.
- В 2001 году запущен официальный вебсайт Профсоюза.
- В 2004 году информационно-аналитический центр выполнял аналитические и прогнозные исследования, связанные с деятельностью компаний нефтегазовых отраслей промышленности и строительства и профсоюзных организаций этих компаний.
- В 2005 году на IV съезде Нефтегазстройпрофсоюза РФ принята среднесрочная Программа действий профсоюза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства РФ на 2006-2008 годы в области повышения информированности членов Профсоюза.
- В 2006 году в рамках создания глобальной единой информационной сети реализована система клон-сайтов структурных организаций Профсоюза.
- В 2006 году к 100-летию Нефтегазстройпрофсоюза России создан еще один сайт – «Виртуальный музей». В 2009 году «Виртуальный музей» занял 1 место в конкурсе ФНПР на лучший профсоюзный сайт в номинации «Лучшая инновационная разработка в области информационных технологий». В настоящее время идет работа по размещению материалов музея на нашем новом сайте.

СЕЙЧАС:

1. Разработан и запущен новый сайт Нефтегазстройпрофсоюза России. В данный момент проводятся финальные доработки этого информационного ресурса.
 2. Созданы и успешно функционируют официальные аккаунты Нефтегазстройпрофсоюза России во всех популярных социальных сетях и видеохостингах – ВКонтакте, Фейсбуке, Одноклассниках, Instagramme, Твиттере, Живом Журнале и Ютубе.
 3. Внедрена система электронного медиапланирования работы аппарата Профсоюза.
 4. Созданы и в ежедневном порядке обновляются медиакарты с контактами СМИ и профильных групп в социальных сетях.
 5. Усилена корректура всех публичных текстовых материалов Профсоюза. Мы стали внимательнее относиться к нормам русского языка.
 6. Появился ежедневный информационный мониторинг, который позволяет аппарату Профсоюза быть в курсе всех важнейших событий нефтегазовой отрасли. В будущем, после доработки, мы планируем в рассылку этого мониторинга включить все структурные подразделения Профсоюза, а также размещать его на официальном сайте.
 7. Модернизируется информационная работа со структурными подразделениями Профсоюза.
 8. Продолжается размещение наружной рекламы наших публичных мероприятий. Наружная агитация по-прежнему остается одной из самых действенных форм рекламы, поэтому мы не забываем про нее в информационной деятельности.
 9. Еженедельно выходит электронная газета «Ласточка». Мы видим востребованность этого продукта.
 10. Проведение обучающих мероприятий для специалистов по информационной работе.
 11. По-новому выстраиваются взаимоотношения со СМИ. Раньше публичные мероприятия Профсоюза освещались только на платной основе или при помощи информационных агентств. Мы решили отказаться от этой практики и теперь выполняем все работы самостоятельно.
 12. Профсоюз выстраивает эффективный информационный обмен с Государственной Думой РФ, Советом Федерации РФ, министерствами, Общественной палатой РФ, органами государственной власти субъектов РФ.
 13. Мы используем информационные ресурсы партнерских организаций.
 14. Работа с научным сообществом. Профсоюз – инициатор научно-исследовательских работ.
 15. Мы осуществляем информационный обмен с отраслевыми профсоюзами, Федерацией Независимых Профсоюзов России, международными профессиональными объединениями.
- Ключ к успешной модернизации информационно-аналитической деятельности – это укрепление единого информационного пространства Профсоюза.
- Единое информационное пространство – это не абстрактный термин, а конкретные продукты и материалы, которые будут объединять и облегчать работу всех структурных подразделений Профсоюза.
- Все мы видим, что **роль и значение информационной деятельности возрастает с каждым годом**. Это стало велением времени. Назрели серьезные изменения в постановке информационной работы профсоюзов, и наш Профсоюз идет в авангарде этих изменений.

ПЛАН

реализации постановления Российского Совета профсоюза от 30 ноября 2017 г. № V-04 «О Стратегии информационного развития Профсоюза»

Поручение Российского Совета профсоюза (решаемая задача)		Порядок (форма) реализации	Сроки выполнения
1	Активное взаимодействие со СМИ и лидерами общественного мнения	1.1. Создание и обновление медиакарт с контактами СМИ, отраслевых сайтов и групп в социальных сетях	февраль 2018 г.
		1.2. Формирование регионального неформального клуба журналистов нефтегазовой отрасли	февраль – март 2018 г.
		1.3. Формирование пула лояльных журналистов профильных СМИ и интернет-изданий, групп социальных сетей	февраль – март 2018 г.
2	Организация обучения и мотивационной системы для ответственных за информационную деятельность	2.1. Выстраивание системы мотивации специалистов по информационной работе	февраль 2018 г.
		2.2. Проведение смотра-конкурса по информационной работе, поощрение и мотивация лучших профсоюзных специалистов по информационной работе, включившихся в наполнение системы единого информационного пространства Профсоюза	март – ноябрь 2018 г.; март – ноябрь 2019 г.; март – ноябрь 2020 г.
3	Повышение качества информационного контента и количества его размещений на доступных информационных площадках	3.1. Утверждение плана мероприятий для профильных СМИ, в том числе определение сроков пресс-конференции	март 2018 г.; февраль 2019 г.; февраль 2020 г.
		3.2. Разработка плана акций, опросов и конкурсов в социальных сетях Профсоюза	февраль 2018 г.; февраль 2019 г.; февраль 2020 г.
		3.3. Проведение акций, опросов и конкурсов в социальных сетях Профсоюза	февраль 2018 г. – декабрь 2020 г.
		3.4. Проведение обучающего семинара для ответственных за информационную работу в структурных организациях Профсоюза	март – апрель 2018 г.; март – апрель 2019 г.; март – апрель 2020 г.

		3.5. Изучение и распространение лучших практик в области информационной работы	февраль 2018 г. – декабрь 2020 г.
		3.6. Составление методических пособий с рекомендациями и описанием лучшего опыта информационной работы	февраль 2018 г. – декабрь 2020 г.
		3.7. Разработка плана социологических исследований членов Профсоюза	март 2018 г.
		3.8. Утверждение Президиумом Российского Совета профсоюза стандартов информационно-аналитической работы в Профсоюзе и его структурных организациях	апрель 2018 г.
		3.9. Распространение стандартов информационно-аналитической деятельности на все структурные организации Профсоюза	май – декабрь 2018 г.
		3.10. Утверждение документа графического стиля Профсоюза (бренд-бука)	июнь 2018 г.
		3.11. Запуск системы регулярных обучающих вебинаров для специалистов по информационной работе структурных подразделений Профсоюза	декабрь 2018 г.
4	Интегрирование информационных ресурсов структурных организаций Профсоюза в единое информационное пространство	4.1. Запуск системы информационного мониторинга	март – май 2018 г.
		4.2. Запуск тестовой версии программы технических элементов единого информационного пространства, корректировка их работы	июнь – сентябрь 2018 г.
		4.3. Создание и наполнение открытых баз данных фото- и видеоматериалами о деятельности Профсоюза (раздел на сайте)	август 2018 г. – декабрь 2020 г.
5	Планирование деятельности на основе краткосрочных и долгосрочных планов	5.1. Введение системы долгосрочного и краткосрочного электронного медиапланирования	апрель – май 2018 г.

ПРОЕКТ Информационный минимум для аппарата Нефтегазстройпрофсоюза России

- Наличие информационного подразделения (пресс-службы, отдела, пресс-секретаря).
- Мониторинг информационных ресурсов структурных организаций Профсоюза для формирования соответствующей базы данных (ежегодно).
- Информационные сообщения Профсоюза, разъясняющие официальную позицию по наиболее актуальным вопросам, для структурных организаций Профсоюза (еженедельно электронная газета «Ласточка»).
- Обновление новостного фона интернет-сайта Профсоюза (не реже одного раза в день). Актуализация основной информации сайта (по необходимости).
- Участие в информационно-пропагандистских мероприятиях, проводимых ФНПР и другими отраслевыми профсоюзами.
- Участие в конкурсах, проводимых ФНПР.
- Организация конкурсов Профсоюза по информационно-аналитической работе для структурных организаций Профсоюза (не реже одного раза в год).
- Взаимодействие с федеральными, ведомственными, корпоративными, многотиражными средствами массовой информации, включая электронные СМИ. Взаимодействие со СМИ ФНПР: направление информации о деятельности Нефтегазстройпрофсоюза России в газету «Солидарность», сайт ФНПР.
- Оценка эффективности по количеству публикаций, выступлений и цитирования, а также перечня публикаций в СМИ, подготовленных на основе информационных сообщений аппарата Нефтегазстройпрофсоюза России, материалов дайджеста «Ласточка» и журнала «НГСП-информ» (ежемесячный отчет).
- Организация обучения, разработка методических рекомендаций для структурных организаций Профсоюза по теме информационного обеспечения работы Профсоюза.
- Организация пресс-конференций, брифингов председателя НГСП России по актуальным вопросам с участием СМИ (по необходимости).

ПРОЕКТ Информационный минимум структурных организаций Профсоюза

- Наличие информационного подразделения (пресс-службы, отдела, пресс-секретаря, ответственного за информационную работу).
- Обеспечение распространения информации еженедельной электронной газеты «Ласточка» и иной информации через собственные информационные ресурсы.
- Направление информационных сообщений в Нефтегазстройпрофсоюз России о событиях, мероприятиях, которые требуют освещения на общепрофсоюзном уровне (по необходимости, но не реже одного раза в месяц).
- Публикация (издание) на собственных информационных ресурсах актуальных документов, направленных из Нефтегазстройпрофсоюза России.
- Участие структурных организаций в информационно-пропагандистских мероприятиях и конкурсах.

ЛЕКЦИИ

Светлана Николаевна Романовская

журналист, редактор,
пиар-менеджер



ПОВТОРЕНИЕ – МАТЬ УЧЕНИЯ

Позвольте спросить: какие жанры ваши любимые? Какие самые распространенные в вашей журналистской практике? Это не праздный интерес и не проверка знаний, просто попытка вместе еще раз вспомнить хорошо забытое старое. Из более чем 15-летней редакторской практики могу заметить, что чаще всего журналисты для передачи того, что видели, используют отчет и расширенную информацию. Это проще всего. Но это скучно! Что, где, когда произошло? Кто организатор? Какие цели и задачи у них? Ответив на эти вопросы, журналист считает дело сделанным.

А тем не менее информационных жанров намного больше. Давайте вспомним.

Итак, жанры журналистики: информация, хроника, отчет, интервью, обозрение, репортаж и зарисовка.

Информация – это короткая заметка. Она содержит некоторые подробности или сам факт. Являет собой информацию, которая состоит из десяти-тридцати строчек, у нее есть собственный заголовок. Чаще всего публикуется в подборе. Расширенная информация излагает некоторые подробности мероприятия. Это может быть характеристика героев, сравнение, историческая справка и т.д. Обязательно наличие вступления и концовки. Допускается подзаголовок.

Хроника – это факт без каких-либо подробностей. Небольшие сообщения, которые не имеют заголовка. Чаще публикуются подборками. Два-три предложения.

Отчет – это когда редакция дает задание журналисту, а он, выполнив его, рассказывает о том, что слышал и видел. Такой материал может быть любого размера, все зависит только от значимости события. Тематический отчет освещает 2 важных вопроса, общий содержит факты, изложенные в хронологическом порядке, а отчет с комментариями содержит высказывание собственной точки зрения, а также изложение основных событий.

Интервью – это изложение фактов от имени того человека, с которым ведется беседа. Интервью изобилует подробностями и субъективной оценкой. Бывает информационное, портретное.

Обозрение – это важное событие завода, жизни города или школы и т.д. за определенный период. Это расширенный информационный жанр. Описание события с разных сторон. Обычно пишут к юбилею.

Репортаж – это наглядное представление о том, как какое-нибудь событие воспринимает журналист-очевидец. Этот вид сочетает элементы всех жанров. Репортаж желательно иллюстрировать фотоснимками.

Зарисовка – это описание обстановки и обобщение фактов. Живой, короткий и образный рассказ о собственных впечатлениях. Тут главное – эмоции!

Я бы добавила еще опрос. Вполне информационный жанр, который показывает, с одной стороны, осведомленность опрашиваемого о том или ином событии, с другой – его заинтересованность и мнение.

Мой самый любимый жанр – интервью.

Советы от известных интервьюеров страны:

*Иногда полезно прикидываться дурачком и задавать простые вопросы.

(Станислав Кучер)

ИЗ МОЕГО ОПЫТА

Отлично работает прием «Я вас не знаю. Расскажите мне про себя с самого начала: родились, учились... и так далее». Человек охотно рассказывает о себе, расслабляется, и потом разговор уже идет как по маслу. Но всегда нужно помнить, зачем вы все это спрашиваете. Если интервью портретное – значит нужны такие факты истории из жизни человека, которые будут интересны читателю, если нужна информация, вступление про родился – учился – женился можно опустить и сразу перейти к теме, но начать с самого простого вопроса.

*Цели интервью: получить информацию; вытащить мнение или оценку; придать интервью такую форму, чтобы оно было дочитано до конца. (Алексей Венедиктов)

*Готовясь к разговору, интервьюер не пишет вопросы, он пишет темы. (Алексей Венедиктов)

*Три главных навыка классного интервьюера: умение слушать, экспромтом задавать вопросы, не стыдиться чего-то не знать. (Андрей Максимов)

*Результатом вашего интервью должна стать новость, а главным качеством – полезность. (Владимир Познер)

В ПОМОЩЬ ИНТЕРВЬЮЕРУ

Примеры вопросов для портретного интервью:

1. Расскажите о себе: где родились, кто ваши родители, чему они вас научили?

Любимый предмет в школе? Кто повлиял на ваш выбор профессии?

2. На кого вы равнялись? Был ли у вас пример в жизни для подражания?

3. Какая у вас была мечта?

4. Довольны ли вы выбранной профессией? Как складывалась ваша карьера? Что помогало или мешало (или кто)? Кто для вас пример руководителя?

5. Был ли случай или период в жизни, когда хотелось все бросить?

6. Какие у вас поводы для гордости?

7. О чем вы жалеете в жизни?

8. Что еще хотите успеть сделать?

9. Ваши советы молодым? (специалистам)

10. Секрет вашего успеха в чем? (семейного счастья)

11. Что бы вы изменили в жизни, если бы была такая возможность?

12. За что вы благодарны судьбе?

13. Как вы проводите свободное время? (увлечения)

Вместо резюме:

Думаю, не открою секрета, что в чистом виде жанры в журналистике практически не существуют, как, в принципе, и самой журналистики в чистом виде. Если взять наш случай, так это скорее пиар.



Галина Анатольевна Ефанова

директор Самарского института профсоюзного движения, главный редактор газеты «Народная трибуна» областного союза «Федерация профсоюзов Самарской области»

ГАЗЕТА НЕ ТОЛЬКО КОЛЛЕКТИВНЫЙ ПРОПАГАНДИСТ И АГИТАТОР, НО И ОРГАНИЗАТОР

В Федерации профсоюзов Самарской области создан комплекс организационных, издательских, технических, исследовательских и других мероприятий, направленных на объективное и полное отражение сущности и задач деятельности профсоюзов в регионе. Это необходимо для формирования системы отношений между профсоюзной структурой и различными социальными аудиториями. Необходима работа с общественным мнением, массовым и групповым сознанием, системами социальных ценностей.

У большинства россиян работает стереотип, что профсоюзы – это что-то архаичное, устаревшее, умирающее. В головах не сформирован реальный, адекватный, практичный ответ на вопрос «Зачем?». Идеологические формулы советских времен не работают. Новые не сформулированы. Мы должны сделать так, чтобы о профсоюзах знали по сегодняшним делам, планам и победам.

Год информационной работы в профсоюзах мы начали с исследования собственных ресурсов.

Сделав «ревизию» информационных ресурсов, далее мы занялись изучением мнения членов профсоюзов о качестве информационной работы.

Все чаще мы стали говорить об информационной потребности члена профсоюза. Что бы ему на заводе, в бытовке хотелось знать о новостях профсоюзной жизни? Мы говорим об этом с руководителями «первичек», на семинарах по информационной работе с активом, задаем этот вопрос молодежи.

В результате в начале года провели анкетирование через интернет-ресурсы, используя социальные сети, все наши группы в них и рассылку по областным комитетам. Поскольку использовали профсоюзные ресурсы, смело можно сказать, что отвечали на вопросы только члены профсоюзов, поэтому опрос нельзя назвать мотивационным.

Молодежь – главный резерв профсоюзов. Именно за счет этой аудитории возможно воспроизводство и самосохранение организации.

Но каковы же информационные потребности у молодежи? Форсайт-сессия по информации показала следующее. Нас ждет расширение информационного контента.

Пока никто не сбрасывает со счетов печатную продукцию, но ресурсы будут расти за счет интернета.

Газеты теряют популярность в связи с разницей в оперативности подачи информации, телевидение – из-за дороговизны контента.

До 2020 года наиболее активно будут развиваться мобильные приложения в профсоюзных организациях. Сейчас появляются первые варианты. В конференции, прошедшей в мае, где участие принимали все территории ПФО (председатели и молодежные советы), прошел круглый стол по обмену опытом работы с мобильными приложениями на двух заводах Самарской области.

Отрицательной тенденции – уровень влияния профсоюзной информации на молодого члена профсоюза.

Причины, названные респондентами, – большой поток малозначительной, неинтересной и бесполезной информации для конкретного получателя. Молодежь отдает большее предпочтение интернет-ресурсам. Благодаря этому у них есть возможность получать информацию не раз в неделю, а практически каждый час.

Но в интернете человек ходит куда хочет, его нужно ловить, заставлять читать именно профсоюзные новости, заинтересовывать. Наличие у обкома или «первички» сайта совершенно не гарантирует, что его кто-то посещает. Наши лайки и сердечки в соцсетях не гарантируют, что человек прочитал и принял информацию. Чаще сначала на всякий случай ставится лайк, а потом смотрят, о чем пишут. Заниматься продвижением своих групп в соцсетях и сайтов стоит, может быть, не таких больших денег, как издание газеты, но это очень затратно в человеческих ресурсах.

К тому же информация как быстро рождается и идет в массы, так же быстро и умирает. Через 2 часа стенка забивается все новыми и новыми новостями. Чтобы быть в курсе важного и ничего не пропустить, мы должны жить в сетях.

Громадное количество новостей в сетях не дает возможности сосредоточиться на важном. Пустые бесконечные ролики, которыми заваливают нас рекламодатели и продажники, начинают раздражать потребителя.

Используя в своем арсенале лишь интернет, можно потерять большую часть потребителей информации. Информационные потребности у разных поколений разные.

Можно с гордостью сказать, что ФПСО сохраняет все традиционные формы информирования членов профсоюза, стараясь сделать их максимально подробными и регулярными, и развивает новые.

А тем временем профсоюзы никак не могут обойтись без собственных СМИ. У нас существует не придуманная, не притянутая за уши внутренняя гравитация. Значит, наша организация нуждается в единых смыслах и может сформировать аудиторию, а может, и обязана содержать свое СМИ.

Мы находимся в более привилегированном положении по отношению к остальным газетам. Нам не нужно искать своего читателя. Наша задача – формировать мнение.

Вспомним ленинское определение функции СМИ: «Газета не только коллективный пропагандист и агитатор, но и организатор».



Александр Алексеевич Кляшторин

SMM-специалист центральной профсоюзной газеты «Солидарность»

ПРОФСОЮЗНЫЕ КОМЬЮНИТИ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ: ВЫЗОВЫ И ПЕРСПЕКТИВЫ

Работа профсоюзов в социальных сетях – тема достаточно специфическая и болезненная. С одной стороны, соцсети ресурс, обязательный для использования любой крупной общественной организацией, позволяющий работать не только на информирование ее участников о каких-либо внутренних перипетиях, но и как отличный инструмент для взаимодействия со СМИ. С другой – многие профсоюзные организации до сих пор занимают позицию из серии «как бы чего не вышло», отговариваясь отсутствием знаний, времени, средств, а то и вовсе своей «консервативностью».

Стоит отметить, что за последние пару лет ситуация с представительствами профсоюзов в соцсетях стала меняться в лучшую сторону. Повышается как количество профильных комьюнити (открытых и закрытых групп, официальных страниц), так и профессионализм управления ими. Наибольшее количество профсоюзных комьюнити на сегодняшний день работает в социальной сети Вконтакте. Здесь концентрируется не только молодежные группы и студенческие профкомы, но и основные комьюнити многих первичек, территориальных профсоюзных объединений и некоторых отраслевых профсоюзов. Достаточно эффективно работают такие сообщества, как «Профсоюзные новости: будь активистом» и «Профсоюзный мотиватор», публикуя контент на ежедневной основе. Активная работа ведется и на крупнейшей в мире платформе – Facebook. Несмотря на значительно меньшее количество русскоязычных аккаунтов и профсоюзных сообществ по сравнению с Вконтакте, Facebook позволяет активно работать с международным сегментом. Кроме того, именно на Facebook ориентируются ведущие профсоюзные идеологи и спикеры, например, секретарь ФНПР Александр Шершуков, депутат Госдумы, председатель ФПСО Андрей Ветлужских и другие. Не стоит сбрасывать со счетов и «Одноклассники», где хватает членов профсоюзов, однако меньше профильных сообществ и несколько затруднен поиск соратников.

Часто задают вопрос: в какой из социальной сетей налаживать работу профсоюзной организации? Если у вас крупный профком, обком, или, тем более отраслевой профсоюз,

территориальное объединение – на всех трех перечисленных выше ресурсах. Если же у вас небольшая профсоюзная организация, численностью в несколько десятков членов профсоюза, стоит провести опрос и открыться в наиболее популярной среди них соцсети. При прочих равных – выбирайте Вконтакте. Еще один актуальный вопрос от профлидеров: что создавать – группу или официальную страницу? Здесь снова есть некоторая градация. Для небольших профсоюзных организаций вариант группы имеет определенные преимущества. У комьюнити такого типа предполагается больший вариант инструментария для совместного развития сообщества с его участниками. Для крупных профорганизаций (в обязательном порядке – территориальные объединения и отраслевые профсоюзы) предпочтительнее заводить официальные страницы, как в силу статуса, так и из соображений безопасности.

Создавая свое сообщество в соцсетях, стоит обратить внимание на его название. Не стоит прибегать к излишне вычурным именам (встречаются, например, такие образчики как «Перв.Профс.Орг. Роспрофжел Акц.общ» или «Мос. гор. орг-я Профсоюза работников»). Попытки соблюдения подобного официоза в соцсетях приводят исключительно к комическому эффекту. Постарайтесь называться попроще «Профсоюз завода «Черемуха» или «Профсоюз Трансгаз-ЮГ». Так вас будет значительно проще найти как членам вашей организации, так и журналистам.

Развивать свое комьюнити стоит постепенно, применяя весь необходимый инструментарий. Для начала оформите свое сообщество и опубликуйте хотя бы 5-10 записей, чтобы оно не выглядело пустым. Далее пригласите вступить костяк активистов, готовых делиться записями сообщества на своих личных аккаунтах, привлекая внимание друзей и коллег к вашей информации. Старайтесь подавать информацию кратко, но интересно. Формат «постановлений» и длинных отчетов – не для соцсетей. Стоит обратить внимание на оформление записей, прикрепляя к ним фото, видео, забавные картинки, словом, все то, что делает публикацию более яркой. Найдите в соцсетях сообщества вышестоящих профсоюзных организаций и околопрофсоюзной тематики. При недостатке собственной информации вы сможете забирать к себе часть их записей. А при необходимости – обратиться к ним с просьбой, опубликовать важные материалы. Обязательно подпишитесь на такие сообщества как «Профсоюзные новости» и «Профсоюзный мотиватор» во Вконтакте, а также «Центральная профсоюзная газета «Солидарность» и «Профмотиватор: акции» на Facebook – из этих сообществ можно ежедневно брать что-то новое.

Социальные сети – это отличный инструмент взаимодействия со средствами массовой информации, привлечения внимания к вашей работе журналистов и блоггеров. Профсоюзная жизнь интересна и многогранна, если концентрироваться не на понятных только узкому кругу специалистов «пленумах» и «постановлениях», а на вполне понятных и конкретных вещах. Серьезный трудовой конфликт – повод обратиться в СМИ, в том числе и через социальные сети. С другой стороны, и серьезная профсоюзная победа (например, значительное увеличение зарплаты на крупном производстве, которой добился профком) может стать прекрасной возможностью не только пропиарить профсоюзную работу, но и обратить внимание на социальную ответственность вашего работодателя, поблагодарив его таким образом за достойное отношение к коллективу.

Чтобы достичь максимальной эффективности в работе с социальными сетями, российским профсоюзам не хватает сегодня трех глобальных вещей. Во-первых, информационной солидарности. Если одна профсоюзная организация сталкивается с серьезной проблемой, рассказывать об этой ситуации на своих информационных каналах должны все, вне зависимости от отраслевой и территориальной принадлежности. Во-вторых, нам нужны лидеры мнений. Состоявшиеся профлидеры и эксперты, которые с профсоюзных позиций могут оценивать и комментировать ключевые события, происходящие в сфере труда, политике, экономике и прочих темах, плотно связанных с рабочим движением. В-третьих, информационным работникам необходимо научиться привлекать внимание к ключевым событиям, происходящим в профсоюзной жизни и около нее. Серьезным трудовым конфликтам, протестным действиям и победам, которых российским профсоюзам удалось достигнуть совместными усилиями.

«Солидарность» старается консолидировать профсоюзные ресурсы в соцсетях, сформировав единое информационное пространство. Выступая в качестве редактора более 50 профсоюзных комьюнити, аккаунт «Солидарности» объединяет порядка 40 тыс. активистов со всей России. Такой подход позволяет эффективно распространять тематические новости, касающиеся как горячих для профсоюзов тем, так и значимых побед. Добавьте «Солидарность» редактором вашего сообщества — это позволит вам ежедневно получать свежий и интересный контент.

Ирина Анатольевна Танина

журналист-редактор



НЕФОРМАЛЬНЫЙ ПОДХОД

С каждым годом темп жизни убыстряется. На обычного человека обрушивается поток информации из разнообразных интернет-источников: новостных агрегаторов, соцсетей, мессенджеров. При этом соцсети становятся фильтром, призмой, которую пользователь подстраивает под себя, отсеивая не интересные именно ему новости и события.

Соцсети давно превратились в рабочий инструмент: с их помощью можно создать комьюнити, быстро и эффективно донести до читателей нужную информацию. Для профсоюзной тематики наиболее предпочтительны паблик ВКонтакте или страница профсоюза в Фейсбуке.

Инстаграм, Телеграм, Твиттер и другие площадки в силу своей специфики подходят меньше, хотя вполне возможно вести и аккаунты либо каналы в них.

Есть разные стратегии ведения паблика ВКонтакте или страницы в Фейсбуке. Важно: подписчик привыкает к определенной периодичности, неравномерность постов — не очень выгодный подход: лучше делать пост два раза в неделю, но постоянно, чем пять постов в неделю, а затем неделю не публиковать ничего. Системность подхода предпочтительнее хаоса и вдохновения.

Равномерно распределять посты поможет контент-план: наглядно видна периодичность, легче комбинировать разные форматы, соблюдается календарь событий отрасли и профсоюзного движения (анонсы, итоги мероприятий).

Откуда брать информацию и идеи для постов? Ответ простой — отовсюду. Все, что вы видите или читаете, служит источником для контента. Тематические издания, новости, мероприятия, темы, обсуждаемые с коллегами, личный опыт и многое другое. Все тащить к себе, обдумывая, как это можно использовать или применить. Ценится уникальный контент, но для этого надо усиленно вертеть головой по сторонам, учитывая и отсматривая разные площадки, конкурирующие сообщества, то новое, что появляется. Нет застывших форм и универсальных рецептов, живой, постоянно меняющийся мир, соцсети как зеркало, которое это отражает.

Манера подачи вовсе не обязательно максимально серьезная и насыщенная терминами. Как раз наоборот – желательно максимально очеловечивать посты, убирая канцелярит и официальную лексику, шутить, использовать разговорные словечки в поиске своего стиля (смотрите, например, страницу Кубаньжелдормаша в Фейсбуке).

Идеальный вариант – уникальное лицо паблика с узнаваемыми фишками (атрибуты, стиливые маячки, оформление, хэштеги, шаблоны визуального оформления, языковые особенности).

Принцип 80/20 (применим к разным сферам жизни) – так называемый закон Парето: 20% усилий дает 80% результата, за 20% времени мы успеваем сделать 80% дел и т.д. Применительно к соцсетям это работает так: можно создавать меньше в большем – концентрация на меньшем приводит к большему результату. Поэтому количество постов играет важную роль, но нужно продумывать конкретный пост и прогнозировать отклик на него: бессмысленно писать пост, про который вы знаете точно заранее, что фидбэка не будет.

Админ ведет паблик не для себя и формального отчета, писать лучше о том, что интересует и волнует подписчиков/читателей внутри профсоюзной тематики. Для этого хорошо узнавать их мнение и предпочтения с помощью опросов (обязательно подводя итоги, апдейт поста либо еще один – закрывающий).

Число пользовательских действий как показатель эффективности (впрочем, не единственный): лайк, шер, репост, комментарий – любая реакция подписчика на пост (в том числе негативная, возмущенная) лучше равнодушного молчания.

Отдельное направление – работа в личных сообщениях и комментариях. Общее правило: ни одно сообщение и ни один комментарий не должны оставаться без ответа. Причем имеет значение скорость, с которой админ паблика или страницы в Фейсбуке реагирует на сообщения/комменты подписчиков.

Не забывать про полезный контент (инструкции, факты, напоминки, мотиваторы), посты, демонстрирующие внимание к читателям (нас уже 100 или 1000 подписчиков), вовлекающий контент (конкурсы, сувенирка).

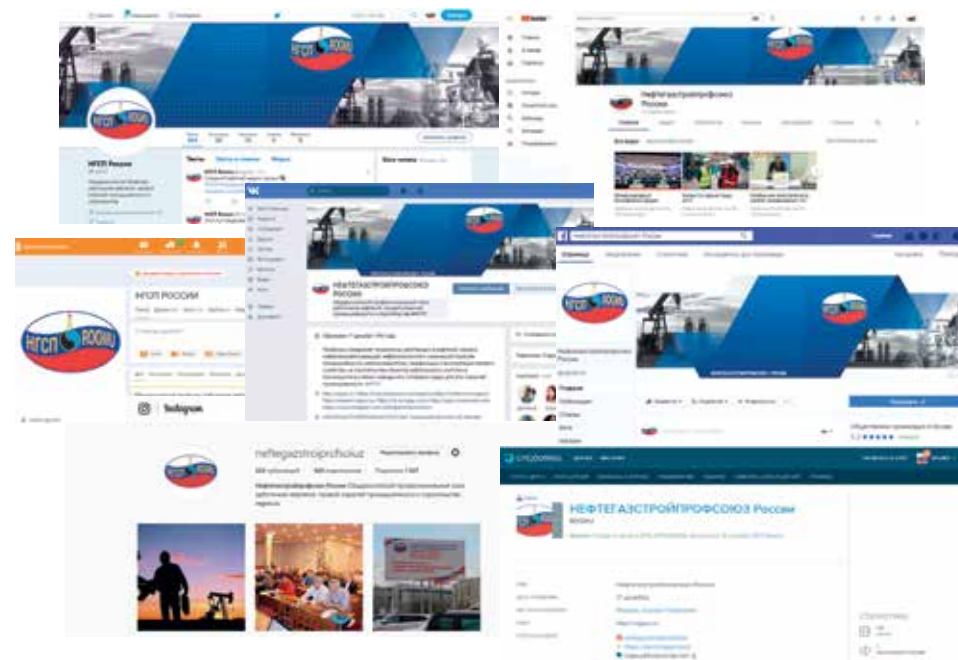
Учитывать и проверять достоверность информации, не забывать про фактчекинг. Доверие подписчиков потерять легко, завоевать намного сложнее.

Дмитрий Алексеевич Лодыгин

**SMM-специалист, администратор страниц
Нефтегазстройпрофсоюза России
в социальных сетях**



СОЦИАЛЬНЫЕ СЕТИ НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ

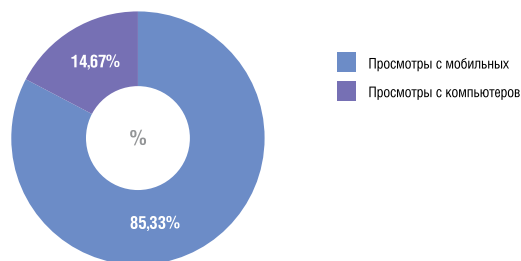


Главная задача, которая стоит перед социальными сетями – поддержание положительного имиджа Профсоюза, который работает на благо тружеников нефтегазового сектора.

Одной из сопутствующих задач является увеличение посещаемости и просмотров нашего основного ресурса – сайта Нефтегазстройпрофсоюза России. Совокупный рост посещаемости составил 20%. Социальные сети эффективны!

Наши страницы в социальных сетях используются не только как собственная новостная лента, но и как интерактивная площадка. Составлена тематическая программа опросов на 2018 год, затрагивающая вопросы Севера, охраны труда, молодежную политику и социальную направленность, которая реализуется ежемесячно. Также регулярно проводятся розыгрыши и конкурсы. Эти мероприятия уже показали свою эффективность и зарекомендовали себя для использования в дальнейшем. Все эти инструменты направлены на оживление наших аккаунтов и создание вовлеченности подписчиков, членов профсоюза.

Одним из важных аспектов наличия и функционирования собственных социальных сетей является признак мобильности. Наши подписчики, члены профсоюза, работники нефтегазовой отрасли имеют возможность моментально написать свой вопрос, обращение, предложение в наш адрес, даже находясь в самом удаленном регионе нашей страны. Также социальные сети позволили осуществить принцип «находится в телефоне у членов профсоюза», к примеру, во Вконтакте количество просмотров нашей страницы с мобильного телефона более 85%. Так же происходит и в других социальных сетях, поскольку смартфоны сейчас – вещь доступная. В этой связи администрирование необходимо выполнять с тем учетом, что страницы просматривают с мобильных телефонов.

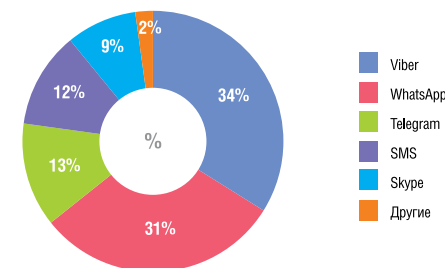


Основная информация, публикуемая на наших страницах, транслируется с официального сайта Нефтегазстройпрофсоюза России, а также сайтов структурных организаций. Помимо этого, в наш контент мы добавляем новости не только профсоюзных организаций, но и всей нефтегазовой отрасли России. Не обходим стороной и все значимые праздники, как нефтегазовой отрасли, так и федерального значения, это позволяет несколько разгрузить наших читателей от монотонности и не забывать значимые даты.

Что следует за социальными сетями? Что может их дополнить или вообще заменить?

В данное время набирают популярность мессенджеры – программы-клиенты (Instant Messenger, IM) для обмена сообщениями в реальном времени посредством сети Интернет. Выражаясь простым языком, это программы, заменяющие SMS-общение, такие как (Вайбер, ВатсАпп, Телеграм и другие).

Рейтинг упоминаний мессенджеров



В ближайшем будущем заменить социальные сети мессенджерами не получится. Быть хорошим дополнением – это возможно. Эти программы-клиенты вполне могут замахнуться на положение мобильных операторов, поскольку и звонки, и смс-сообщения они поддерживают. Это зависит лишь от наличия бесплатного wi-fi повсеместно и желания людей пробовать что-то новое.

ОБМЕН ОПЫТОМ И ЛУЧШИМИ ПРАКТИКАМИ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ

САЙТ КАК СРЕДСТВО ИНФОРМАЦИОННОЙ ПОДДЕРЖКИ

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПАО «НК «РОСНЕФТЬ»

Грицук Алексей Юрьевич

специалист по информационной работе
ОППО АО «Новокуйбышевский НПЗ»

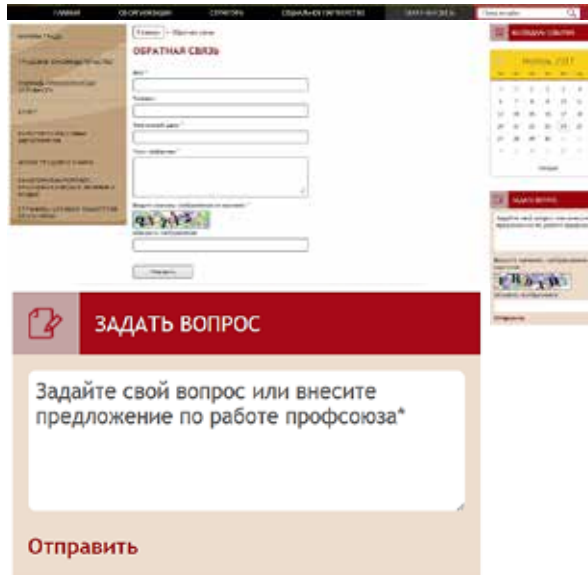
ИННОВАЦИИ В ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЕ ОБЪЕДИНЕННОЙ ПЕРВИЧНОЙ ПРОФСОЮЗНОЙ ОРГАНИЗАЦИИ АО «НК НПЗ» НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ

ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА

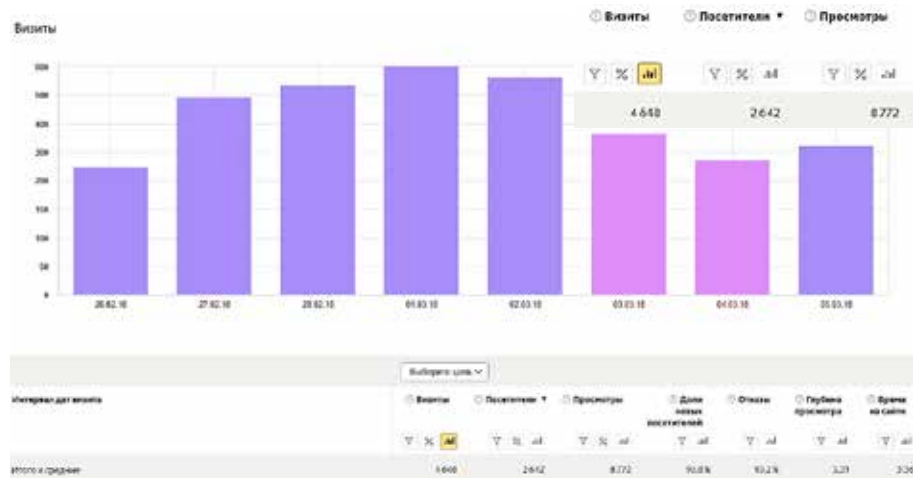


ОБРАТНАЯ СВЯЗЬ САЙТА

- Любой член профсоюза анонимно или лично может задать вопрос, оставить свое мнение или пожелание в режиме on-line. По статистике обращений членов профсоюза за 2017 год через сайт, из 141 вопроса было решено и отвечено 100%.



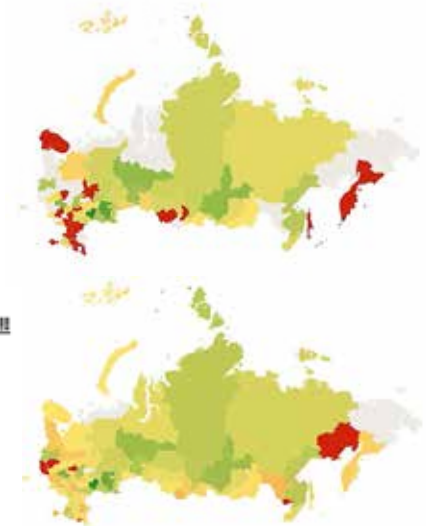
КОЛИЧЕСТВО ПОСЕЩЕНИЙ



Количество посещения сайта в период с 26.02 по 05.03. 2018 г. – 2642 чел.

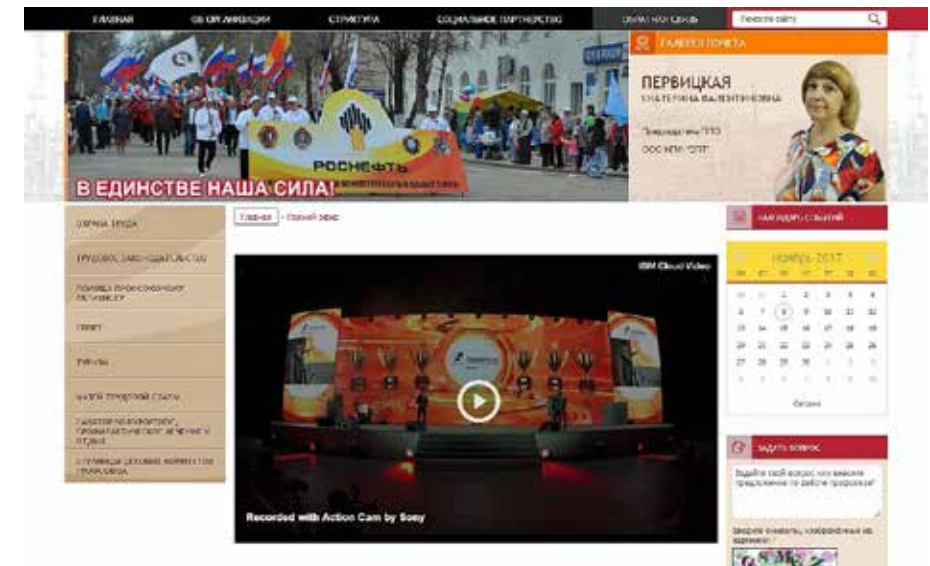
ГЕОГРАФИЯ ПОСЕЩАЕМОСТИ САЙТА

- География посещения сайта profkom63.ru за неделю



- География посещения сайта profkom63.ru за 3 месяца 2018 года

ON-LINE ТРАНЛЯЦИЯ НА САЙТЕ ОППО profkom63.ru



МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «ПРОФКОМ63» – ИННОВАЦИОННЫЙ КАНАЛ КОММУНИКАЦИИ

- ▶ Пользователи мобильного приложения благодаря Push-уведомлениям будут получать оповещения на смартфон о предстоящих мероприятиях и новостях.
- ▶ Пользователи мобильного приложения всегда под рукой будут иметь Коллективный договор с функцией поиска.
- ▶ Структура организации и работники аппарата с функцией вызова.
- ▶ Почта доверия. С мобильного телефона анонимно или лично можно обратиться в профсоюзную организацию по интересующему вопросу.
- ▶ Личный кабинет. В личном кабинете член профсоюза может сохранять для себя понравившуюся и интересную информацию для быстрого доступа.

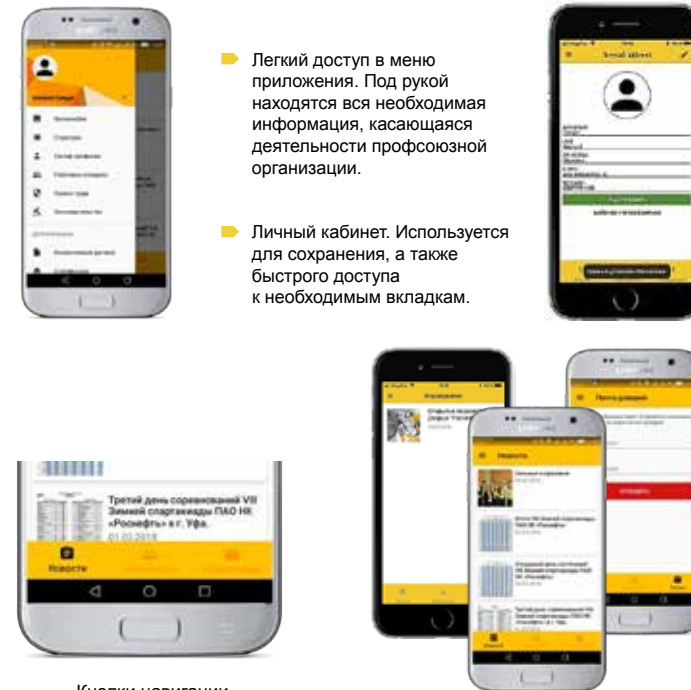


МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ И САЙТ



МОБИЛЬНОЕ ПРИЛОЖЕНИЕ «ПРОФКОМ63»

- ▶ Легкий доступ в меню приложения. Под рукой находятся вся необходимая информация, касающаяся деятельности профсоюзной организации.
- ▶ Личный кабинет. Используется для сохранения, а также быстрого доступа к необходимым вкладкам.

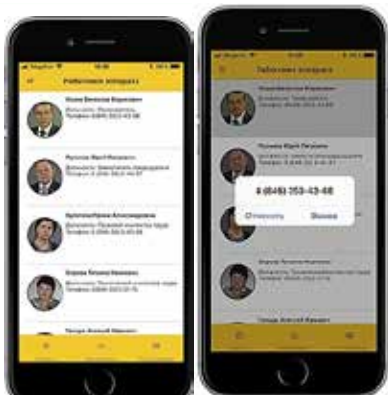


Кнопки навигации

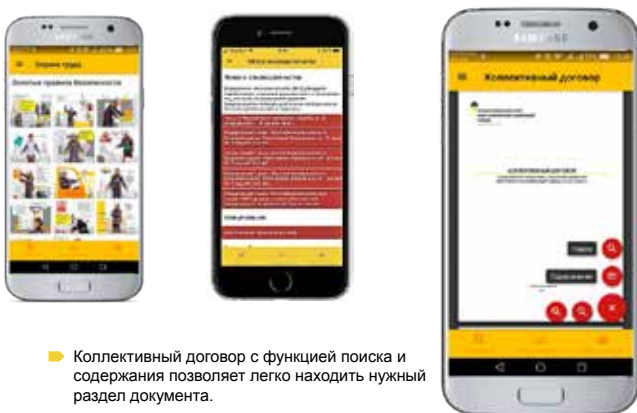
Главная страница мобильного приложения – новостная лента.

МЕНЮ, СТРУКТУРА, ФОТОАЛЬБОМ, СОСТАВ ПРОФКОМА

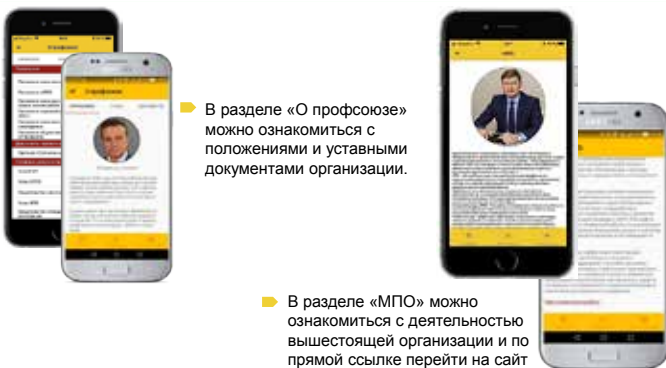


РАБОТНИКИ АППАРАТА

- Функция быстрого вызова дает возможность без труда связаться с работниками аппарата профсоюзной организации и задать вопрос по всем направлениям деятельности. Осуществляется быстрая коммуникативная связь.

ОХРАНА ТРУДА, ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВО, КОЛЛЕКТИВНЫЙ ДОГОВОР

- Коллективный договор с функцией поиска и содержания позволяет легко находить нужный раздел документа.

О ПРОФСОЮЗЕ, МПО

- В разделе «О профсоюзе» можно ознакомиться с положениями и уставными документами организации.

- В разделе «МПО» можно ознакомиться с деятельностью вышестоящей организации и по прямой ссылке перейти на сайт Межрегиональной профсоюзной организации ПАО НК «Роснефть».

Балабанова Тамара Алексеевна

**главный специалист по коммуникациям
ППО ПАО «Саратовский НПЗ»**

**ВНУТРЕННИЕ КОММУНИКАЦИИ
КАК НЕОБХОДИМОЕ
УСЛОВИЕ ОСОЗНАННОГО
ПРОФСОЮЗНОГО ЧЛЕНСТВА**

На основе проведенного исследования информированности и удовлетворенности деятельностью ППО проведена аналитика, выявлены сильные и слабые стороны по всем направлениям деятельности ППО.

Разработаны новые направления деятельности ППО с учетом корректирующих действий.

Задачи программы:

- Расширение информационного пространства с использованием всех информационных каналов.
- Контроль и оценка эффективности.
- Оперативное реагирование на любые изменения.
- Усиление мотивации профсоюзного членства.
- Обмен опытом.
- Расширение взаимодействия с администрацией.

**Разработка новых и совершенствование имеющихся каналов внутренних коммуникаций**

- Начался выпуск профсоюзной газеты «Профсоюз ИНФО».
- На ТВ-экранах НПЗ стали транслироваться профсоюзные новости за неделю.
- Изменен дизайн профсоюзных стендов, информация структурирована. Разработан график аудитов стендов на предмет актуальности информации.
- Разработан новый интерфейс страницы портала. Появились активные вкладки по всем направлениям деятельности. Заработала закладка в форме диалога «Задайте вопрос».
- Информационно-справочные материалы: по каждому событию «начали разрабатываться плакаты, выпущены памятки по вопросам Трудового законодательства, «Памятка



члена профсоюза» с информацией по всем направлениям деятельности и пунктам Коллективного договора. Впервые в каждом подразделении предцехкомы презентовали расширенный отчет по итогам работы ППО за прошедший год.

- На регулярной основе стали проводиться прямые радиозаписи с председателем ППО.
- На ежемесячной основе профсоюз начал отчитываться о своей работе на общезаводском совещании.

- Разработаны графики встреч с коллективами, проводятся дополнительные ежемесячные встречи со всеми подразделениями во время доставки газеты в подразделения.

Итоги:

- Повышение авторитета ППО среди работников и администрации.
- Оперативное решение вопросов.
- Разработка и внедрение совместных с заводом инновационных программ.

ПРОГРАММА «УСИЛЕНИЕ МОТИВАЦИИ ПРОФСОЮЗНОГО ЧЛЕНСТВА»

Шаги:

- Составили список не членов ППО.
- Разбили список на три категории по степени отношения к профсоюзу.
- Провели исследование по мотивационному профилю работников.
- Разработали стратегии работы с каждой категорией работников.
- После каждой беседы с работниками проводился анализ, намечались пути более эффективной работы.

Охват программой: 100% работников.

Результат:

- За три месяца (с 1 октября 2016 года по 1 января 2017 года) в ряды профсоюза вступило 57 человек (3% от численности работников ПАО).
- Рядовые члены ППО самостоятельно начали вести разъяснительную работу среди своих коллег.

ПРОЕКТ «ПРОФКОНСУЛЬТАЦИИ»

Два раза в неделю правовой и технический инспекторы профсоюза приходят в трудовые коллективы и проводят консультации на местах по вопросам охраны труда и российского законодательства.

Охват программой: 100% работников предприятия.

Выводы:

- Встречи взаимовыгодны и полезны.
- Оперативно выявляются и решаются проблемные вопросы.
- Более глубокое понимание работниками роли профсоюза в защите их трудовых прав и интересов.
- Профконсультации стали мотивацией для вступления в профсоюз.

Анализ деятельности:

Проводятся исследования:

- Ежегодные: удовлетворенность работников деятельностью профсоюза; удовлетворенность отдыхом и оздоровлением.
- Промежуточные: по текущим вопросам.

Результат:

Исследования позволяют в течение года выявлять проблемные или слабые места и оперативно корректировать свою деятельность.



Результаты действия программы:

Исследование 2017 года удовлетворенности персонала деятельностью ППО показало:

- Работники стали больше знать о деятельности ППО.
- Негативных настроений со стороны персонала к профсоюзу не выявлено.
- Доверие к ППО со стороны работников повысилось, увеличилось количество обращений в профсоюз.
- Больше доверия и уважения к профсоюзу со стороны администрации ПАО «Саратовский НПЗ», совместная разработка и реализация проектов.
- Сами работники стали агитировать своих коллег вступать в профсоюз.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПАО «ЛУКОЙЛ»



Пахомова Елена Ивановна

главный специалист информационно-аналитического центра аппарата МПО ПАО «ЛУКОЙЛ»

ОСОБЕННОСТИ ИНФОРМАЦИОННОЙ РАБОТЫ МПО ПАО «ЛУКОЙЛ»

Информационной работе профсоюзной организации любого уровня уделяется пристальное внимание, и оно не будет снижаться в самое ближайшее время, а только усиливаться.

На сегодняшний день в МПО ПАО «ЛУКОЙЛ» выстроена своя структура информационных ресурсов. Она обеспечивает максимально полное выполнение двух ключевых задач информационной работы:

- Информирование профорганами общественности о своей деятельности, о работе профсоюзных организаций.
- Информационное обеспечение, необходимое профсоюзным организациям для принятия решений по регулированию социально-трудовых отношений.

Одна из приоритетных задач информационной работы в профсоюзной организации – информирование работников о делах профсоюзов.

В арсенале профсоюзных организаций МОПО – самый широкий спектр информационных ресурсов. На уровне первичных организаций – профсоюзный стенд, листовки, мобильные средства связи (viber, whatsapp, ВКонтакте и т.п.). На уровне объединенных профсоюзных организаций спектр значительно расширяется – брошюры (список), журналы (список), газеты (список), есть в ПНОСе радио, в Западной Сибири ТВ, порталы.

Все это в первую очередь призвано освещать деятельность профсоюзных организаций. Информационно-аналитический центр МОПО в мониторинговом режиме осуществляет анализ публикуемых материалов как по тематической направленности информации, так и по содержанию.

Вторая сторона информационного обеспечения профсоюзов – информационное

сопровождение деятельности профсоюзной организации. О важности этой стороны информационного обеспечения, особенностях современной ситуации много говорилось на практическом семинаре по информационной работе.

Здесь значительная роль отводится аналитической части этой работы, поиску объективной и достоверной информации для принятия решений. И для этой части также созданы информационные ресурсы МОПО – сайт и журналы.

Информационное обеспечение МПО строится в соответствии с основными принципами информационной политики:

1. Учет требований корпоративной информации. Главное – продвижение единой позиции, соответствующей корпоративной идеологии. Системность в публичных коммуникациях позволяет логично выстроить единый информационный посыл.
2. Достоверность информации.
3. Полнота и сбалансированность. Это умение соблюсти разумный баланс прозрачности и открытости, с одной стороны, и конфиденциальности – с другой. Излишний объем информации мешает акцентировать внимание на ключевых сообщениях.
4. Оперативность и регулярность. Следует придерживаться системности и систематичности информационных посылов.
5. Доступность. Сведения, которыми организация готова поделиться, должны быть доступными и в результате попасть в руки тем, для кого предназначались. Следует определить оптимальные и приоритетные каналы коммуникации для каждой из своих целевых групп.

В этой связи очень важно внимательно и тщательно отбирать информационные материалы (поводы и сюжеты) для размещения на сайте. На регулярной основе организован анализ статистики сайта МОПО и содержания размещаемых материалов от структурных организаций. Анализ статистики сайта и тематики материалов осуществляется с 2014 года.

В заключение хотелось бы сказать, что сегодня в МПО сделано очень многое и, по сути дела, выстроена уникальная система информационного обеспечения. Уникальность состоит в том, что она полностью сфокусирована на механизме социального партнерства, созданного в компании.

Однако для эффективного развития необходимо объединить усилия многих профсоюзных организаций в сфере информационного обеспечения в решении ключевых вопросов социально-трудовой сферы, на основе лучших практик деятельности и информационных практик формировать единое информационное пространство, основанное на единых принципах и подходах. Существует необходимость разработки отдельной информационной стратегии по каждому направлению деятельности профсоюзной организации (организационная, правовая, социально-экономическая работа, охрана труда), чтобы каждое направление «не тонуло» в информационном потоке, а было узнаваемо, понятно, достоверно. Каждое направление деятельности профсоюзной организации предполагает свой объем информации, текущие законодательные изменения, выработку эффективных практик представительства и защиты интересов и прав работников, соответственно, и цели, формат, стиль информирования работников о происходящих изменениях.

МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «СИБУР Профсоюз»



Боякова Екатерина Валериевна

специалист по информационной работе
ППО «СИБУР Тольятти»

МОБИЛЬНОЕ КИНО «СИБУР ПРОФСОЮЗ»

В МПО «СИБУР Профсоюз» начинает внедряться практика мобильного кино.

В ноябре 2017 года для сотрудников корпоративных коммуникаций СИБУРа проведен профессиональный курс «Основы создания мобильного кино».

Курс создан проектом Mobile Filmmaker совместно с Высшей школой экономики.

Начиная с января 2018 года эта практика используется в первичных профсоюзных организациях.

«СИБУР Профсоюз» тольяттинской площадки подключился к мобильному видео со съемки корпоративного празднования старого Нового года.



Мой практический опыт:

«Девиз «Будь готов!» как нельзя лучше подходит для мобильного кино. Камера всегда под рукой, начать съемку можно в любую секунду. Ролики снимаем на массовых спортивных мероприятиях, экскурсиях, обучающих сессиях. Первый ролик был готов еще до окончания празднования. Вторая часть – через два часа после мероприятия. Видео сразу же выложили в социальные сети. Эффект и отклик мгновенные, положительные».

Несколько советов по съемке мобильного видео на смартфон:



1. Первое и главное правило съемки на смартфон — держите ваше устройство ГОРИЗОНТАЛЬНО.

2. Главная проблема при съемке мобильного видео – тряска. Обязательно нужно фиксировать камеру. Для этого можно использовать два способа:

- физиологический: держать телефон двумя руками, прижав локти крепко к ребрам.
- технологический: с помощью специального штатива.

3. Снимайте видео частями. Один кадр не должен быть короче 7-10 секунд, чтобы потом из него можно было что-то выбрать.

4. Перемещение камеры должно быть плавным. Рекомендуется справа налево, но по задумке автора можно использовать самый неожиданный ракурс.

5. Не использовать зум.

6. Начинать съемку лучше до начала события, а заканчивать немного после.

7. Обращать внимание на освещенность – это определяющее для качественного контента. Лобовой солнечный свет исключен.

8. В мобильном видео следует избегать общих планов. Только крупные и средние.

9. Старайтесь двигаться с камерой и искать интересные ракурсы. Подойдите поближе, присядьте, снимите снизу, сбоку, импровизируйте. Не бойтесь вставать на колени, залезать на стол, ложиться на пол.

10. Всегда следите за тем, что в вашем кадре. Это могут быть лишние предметы, розетки, мусор или еще что-то лишнее.

11. Старайтесь выстраивать кадр так, чтобы по бокам, сверху был всегда «воздух» (пустое пространство). Не обрезайте кадром голову объекта и движение рук.

12. Познакомьтесь с правилами композиции для фото. Они же действуют и для мобильного видео.

13. Если вы запланировали диалог, монолог в кадре, соблюдайте паузы. Используйте «правило пяти».

14. Если вы снимаете запланированную речь или интервью, выбирайте тихое место. Это не должна быть улица с шумной дорогой или кафе с фоновой музыкой.

15. Важную роль при создании ролика играет музыка. Уделите время выбору. И обращайтесь внимание на авторские права. Лучше пользоваться ресурсами, где выкладывают музыку, не предусматривающую авторских прав.

16. Для сборки и постобработки мобильного видео можно использовать видеоредактор Quik для системы Android или iMovie для iOS.

Ответы на эти и многие другие вопросы можно найти на страницах книги «Мобильное кино: 100 шагов к созданию фильма» *О. Кононова, М. Муссель*.

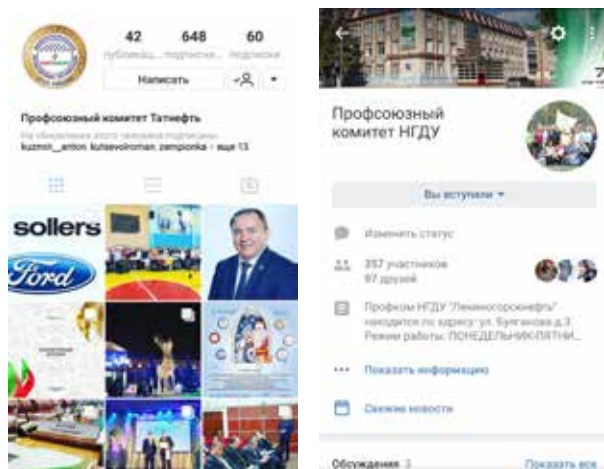
МЕЖРЕГИОНАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ПАО «ТАТНЕФТЬ»

Новичкова Юлия Эдуардовна

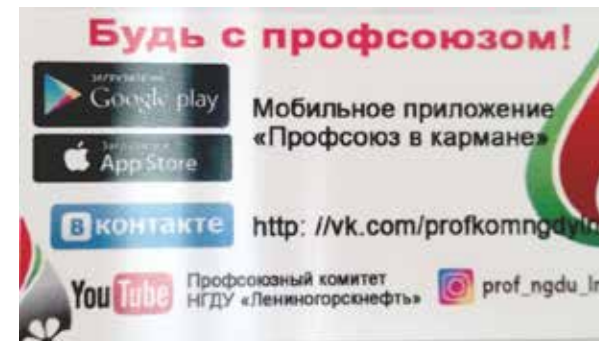
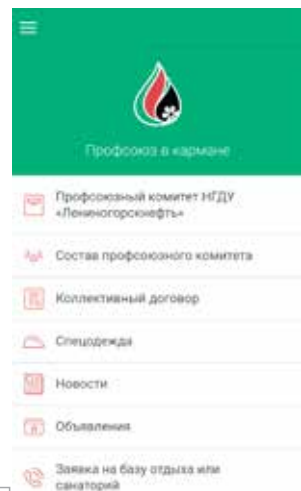
заместитель председателя профкома
ППО НГДУ «Лениногорскнефть»

ПРОФСОЮЗНЫЙ КОМИТЕТ В КАРМАНЕ

Корпоративная социальная сеть ПАО «Татнефть»: имеется группа «Профсоюзный комитет», в которой все первичные профорганизации делятся своими наработками, новостями о жизни профкома. Имеется возможность мгновенно задать вопросы коллегам.



Мобильное приложение «Профсоюз в кармане»: установив бесплатное мобильное профсоюзное приложение на свой смартфон, каждый член профсоюза получает информацию об организационной структуре и основных направлениях деятельности профсоюзной организации, доступ к Коллективному договору, имеет возможность задать интересующие вопросы, подать заявку на базу отдыха либо в санаторий.



Группа «Профсоюзный комитет» в социальной сети ВКонтакте: каждый член профсоюза может узнать последние новости из жизни профсоюза, изменения в трудовом законодательстве, задать интересующие вопросы, принять участие в проводимых конкурсах и опросах. Публикуются постоянные ссылки на новости

Нефтегазстройпрофсоюза, Федерации профсоюзов Республики Татарстан.

Страница в Инстаграмм: публикуются фотографии с проводимых мероприятий, фотографии членов профсоюза, сделанные на рабочих местах.



Канал «Профсоюзный комитет» на YouTube: члены профсоюза, которые по каким-либо причинам не смогли присутствовать на мероприятии, могут посмотреть самые яркие моменты на нашем канале и сами принять участие в выпускаемых роликах.

Рубрика «Дела профсоюзные» в газете «За нефть»: в рубрике освещаются вопросы, рассматриваемые на заседаниях профкома, общественная деятельность коллектива управления и цехов.

Информационные стенды «Профсоюзная жизнь» и «Профсоюз в лицах».



ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ «ГАЗПРОМНЕФТЬ-НОЯБРЬСК»

Кочурин Денис Владимирович

**Председатель ППО управления «Ноябрьскэнергонефть»
ТПО «Газпромнефть-Ноябрьск»**

ОПЫТ КОМАНДЫ

Зачем нужна информационная работа? Чем она поможет и к чему это приведет?

Лучше всего, отвечая на вопрос о необходимости создания и поддержки информационного поля профсоюза, показать те задачи, которые оно должно решать. Понимая степень актуальности и необходимости решения этих задач, каждый для себя сделает вывод, нужно профсоюзу информационное поле или нет...

Итак, основными задачами, которые решает информационное поле, мы считаем следующие:

1. Создание ситуации, при которой любой заинтересованный пользователь может легко и удобным для него способом найти необходимую информацию о любой профсоюзной структурной единице, ее функциях, возможностях, текущей деятельности и актуальности для пользователя;
2. Формирование положительного образа как Профсоюза в целом, так и его структурных подразделений всех уровней;
3. Использование общественного мнения для отстаивания интересов работников перед работодателями и структурами власти.

Можно провести некоторую аналогию с принципом «соленого огурца» знаменитого советского педагога Виктора Федоровича Шаталова. Этот замечательный педагог работал в обычной средней школе города Донецка учителем математики. Все его ученики были активно вовлечены в учебный процесс. На вопрос, как ему это удается, Шаталов отвечал: «Если взять обычный огурец и положить его в банку с рассолом, рано или поздно он станет соленым независимо от того, хочет он или нет. Нет плохих огурцов – есть плохой рассол. И наша основная задача – создать такую среду вокруг ученика, такой рассол, чтобы ему захотелось учиться».

В информационной работе мы тоже придерживаемся принципа «соленого огурца». Необходимо создать такую ситуацию, чтобы любой пользователь независимо от своих возможностей (финансовых, социальных, национальных и пр.) и навыков мог легко найти всю необходимую ему информацию о профсоюзной структуре любого уровня.

ИНСТРУМЕНТЫ ФОРМИРОВАНИЯ ИНФОРМАЦИОННОГО ПОЛЯ



Инструменты, при помощи которых создается информационное поле, можно условно разделить на две категории.

Первая категория – это традиционные инструменты, которые хорошо всем известны. Это профсоюзные информационные стенды, периодические информационные издания, непериодическая информационная литература, различная полиграфическая и сувенирная продукция, различные формы ВТЛ-акций (митинги, конференции, семинары, забастовки, пикеты).

В той или иной мере традиционные инструменты и сейчас используются, и будут использоваться в информационной работе профсоюза. Но при всей кажущейся простоте и удобности два основных минуса традиционных инструментов – дороговизна (если говорить о массовом распространении) и не оперативность (а информация в современном мире очень быстро перестает быть актуальной).

Не стоит, наверное, забывать и о таких информационных ресурсах, как телевидение и радио, трудно их назвать традиционными, но и не учитывать их тоже нельзя. По мере развития средств теле- и радиокommunikаций борьба за информационное пространство стала перемещаться на эти площадки. Телевидение и радио имеют очень серьезное преимущество по сравнению с традиционными инструментами создания и поддержки информационного поля. Это, помимо возможности визуального и звукового контакта, – большой охват аудитории и оперативность.

Телевидение, радио, пресса и другие традиционные инструменты объединяют в одну группу так называемых оффлайн (off-line) инструментов, это понятие противопоставлено онлайн (on-line) инструментам создания информационного поля. Проще говоря, инструментам, использующим в качестве коммуникационной связующей сеть Интернет. Принципиальное отличие этих инструментов от оффлайн информационных площадок – их интерактивность, т.е. возможность всегда оставаться на прямой связи с тем, кто вошел в эту систему, в это информационное поле.

Интерактивность, а в случае дословного перевода взаимодействие, – это принцип организации системы, при котором цель достигается информационным обменом элементов этой системы.

На сегодняшний день интерактивные инструменты позволяют достичь большего охвата аудитории, предоставляют визуальный и акустический контакт, позволяют доносить неограниченный объем информации.

Интернет не только сохранил возможность интерактивности, но и приобрел новые преимущества (возможности маркетингового анализа).

РАСПРОСТРАНЕНИЕ ИНТЕРНЕТА ПО МИРУ

Аудитория интернет-пользователей по всему миру постоянно растет. Так, в 2012 году число пользователей было 2,27 млрд, а уже к концу 2016 года это число возросло до 3,47 млрд человек.

По статистическим данным интернет-проникновения по миру на 1 квартал 2012 года Россия занимала 7-ю позицию с аудиторией 61,5 млн человек. На декабрь 2016 года Россия занимает 6-е место с показателем 109 млн человек.

По данным исследований количество интернет-пользователей России за последние четыре года существенно увеличилось: если в 2012 году аудитория составляла 52% (около 61 млн) жителей страны, то по статистике в 2016 году аудитория составляет уже 76% или 109 млн человек.



МОБИЛЬНЫЙ ИНТЕРНЕТ



Мобильный интернет — технология для подключения к сети практически из любого места. На данный момент все современные технологии мобильной связи представляют свои решения в сфере доступа к сети интернет.

Несмотря на значительное отставание от мировых лидеров по уровню проникновения мобильного интернета, Россия находится на первом месте среди европейских стран.

Количество пользователей мобильного интернета в России продолжает увеличиваться с каждым годом. По статистике 56 млн россиян в возрасте старше 16 лет пользуются интернетом с мобильного устройства. При этом показатель пользователей мобильного интернета со смартфона с 2013 по 2016 год вырос на 30,2%, в то время как прирост использования мобильного интернета с планшета на тот же период вырос всего на 15,5% и практически остался на уровне 2015 года.

АУДИТОРИЯ ИНТЕРНЕТ-ПОЛЬЗОВАТЕЛЕЙ В РОССИИ



Аудитория интернет-пользователей в октябре 2016 – марте 2017 года достигала 87 млн человек, что составило 71% от всего населения страны. За год российская интернет-аудитория увеличилась на 2%. При этом 66 млн человек, или 54% от населения РФ, пользуется интернетом хотя бы раз в месяц через мобильные устройства, а 20 млн человек, 16% от населения страны, только с мобильных устройств.



Если посмотреть на географию пользователей, безусловно, на первом месте стоят большие города, однако благодаря технологическому прорыву и президентским программам аудитория сельской местности не уступает по показателям средним и небольшим городам.

В формате возрастной аудитории, безусловно, преобладает молодежь от 16 до 29 лет с показателем 89% пользователей. В категории 30–54 лет количество пользователей немного меньше – 82%. 29% пользователей Рунета – аудитория с возрастом от 55 лет и старше.

Но есть ли потенциальная профсоюзная аудитория среди интернет-пользователей?

ВОЗМОЖНОСТИ МАРКЕТИНГОВОГО АНАЛИЗА

Теперь поговорим о преимуществах интерактивности.

Интерактивные инструменты позволяют осуществлять маркетинговый анализ. Приведенные данные, которые каждый может в режиме реального времени совершенно бесплатно и просто получать, используя сервис Яндекс Директ, наглядно показывают как активность нашей аудитории, так и ее объем.

В разделе Яндекс Директ мы можем задать конкретное ключевое слово или словосочетание и узнать, сколько человек за последний месяц искали информацию по этим ключевым словам.

Информацию по слову «Профсоюз» искали:

в России – 314 367 человек.

Информацию по словосочетанию «Профсоюзная организация» искали:

в России – 35 158 человек.

Итак, потенциальная профсоюзная аудитория активно присутствует в интернете.

Мы всегда можем ее посчитать.

Но с помощью каких инструментов мы можем активно привлечь аудиторию интернет-пользователей?

И что конкретно использовать, какие инструменты уже есть и как этим можно воспользоваться?

Ответ на эти вопросы очевиден: создание профсоюзных информационных интернет-ресурсов!

Сайт профсоюзной организации!

Группа в социальных сетях!



ОБЪЕДИНЕННАЯ ПЕРВИЧНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ ОАО «Газпром газораспределение Воронеж»

Заварзина Мария Александровна

**заместитель председателя
ОППО ОАО «Газпром газораспределение Воронеж»**

МУЗЕЙ ГАЗОВОГО ХОЗЯЙСТВА ВОРОНЕЖСКОЙ ОБЛАСТИ

Открытие зала славы газового хозяйства Воронежской области состоялось 3 сентября 2015 года в рамках мероприятий, посвященных празднованию Дня работников нефтяной и газовой промышленности. Площадь музея 155 кв. метров.

На создание экспозиции музея ушло около 8 месяцев.



В музее хранится Книга Почета, которая учреждена в 2015 году и ежегодно в канун профессионального праздника пополняется новыми именами. В этой книге красочно оформлены страницы, посвященные трудовым заслугам работников общества. Здесь же хранится Книга почетных гостей.





Первая часть экспозиции музея посвящена зарождению газовой отрасли в России. В числе экспонатов музея – портреты создателей первых аппаратов по производству искусственного светильного газа, схемы, копии документов, архивные фотографии, муляж газгольдера. Открывает экспозицию музея муляж газового фонаря, установленный на одной из улиц Санкт-Петербурга.

Вторая часть музея рассказывает о появлении природного газа на территории Воронежской области благодаря строительству газопровода Ставрополь–Москва, созданию и развитию организации, о людях, руководителях и тружениках, которые создавали историю газового хозяйства Воронежской области.



В музее несколько фотозон. Одна из них – воссозданный уголок кухни в доме на ул. 9 Января г. Воронежа, где в 1957 году была зажжена первая газовая плита.

Музей оборудован видеоаппаратурой, с помощью которой демонстрируются видеосюжеты о газификации области и развитии газового хозяйства.

В экспозиции музея – приборы и оборудование, которое использовали в работе газавики в 60-х – 90-х гг. XX века, инсталляция «Работа в колодце» с использованием манекенов в спецодежде газавиков периода начала газификации, макеты аварийной машины, машины-клетки для перевозки баллонов со сжиженным газом, макет современного ГРП.



В третьей части музея рассказывается о современных достижениях предприятия, визитах первых лиц государства в Воронежскую область для решения вопросов газификации села, реконструкции эксплуатационных баз, социальной политике, деятельности профсоюзной организации.



Завершает музейную экспозицию газовый факел и свеча, с помощью которой в 2006 году Д.А. Медведев зажег символический факел в одном из сел Воронежской области.

Празднование 60-летнего юбилея газового хозяйства Воронежской области в 2017 году добавило еще один экспонат в экспозицию музея – макет газовой трубы, на которой размещена фотолетопись газового хозяйства.

В зале славы газового хозяйства Воронежской области регулярно проходят церемонии награждения лучших работников общества, встречи с ветеранами. Экскурсии в музей являются обязательной частью программы обучения для абитуриентов учебно-методического центра ОАО «Газпром газораспределение Воронеж».

СУРГУТСКАЯ РАЙОННАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ



**Заенчковский Владимир
Казимирович**

**пресс-секретарь Сургутской
районной организация
Нефтегазстройпрофсоюза России**

ФОРМЫ И МЕТОДЫ РАБОТЫ ПРЕСС-СЛУЖБЫ СУРГУТСКОЙ РАЙОННОЙ ОРГАНИЗАЦИИ НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ в ГОД ПРОФСОЮЗНОЙ ИНФОРМАЦИИ в 2017 году

Налаживание взаимодействия с ответственными лицами по информационной работе структурных профсоюзных организаций – важная составляющая часть действенной информационной политики.

Газета «Профсоюзный выбор», печатный орган Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России, как средство обучения авторского актива пропаганде, агитации и совершенствованию навыков подготовки материалов в СМИ и для малой профсоюзной прессы.

Взаимодействие с Сургутской организацией журналистов, журналистами городских, районных и региональных СМИ, – эффективный способ налаживания дружеских связей и оперативной публикации материалов по профсоюзной тематике.

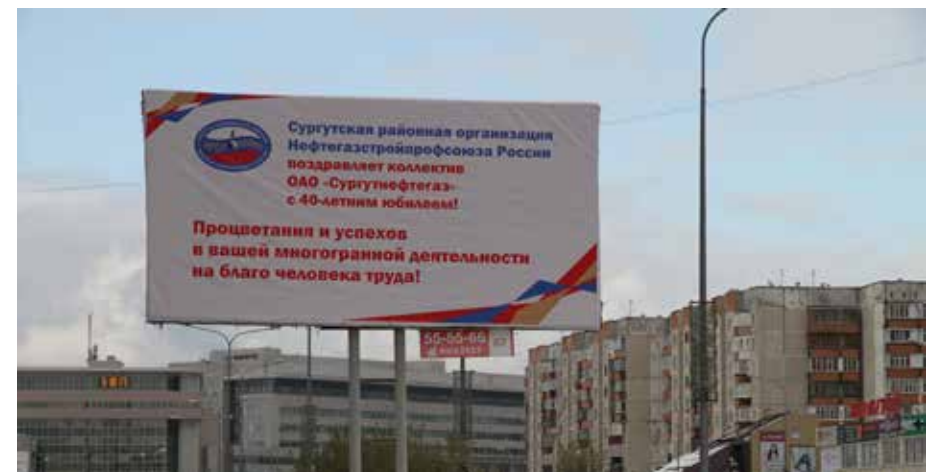
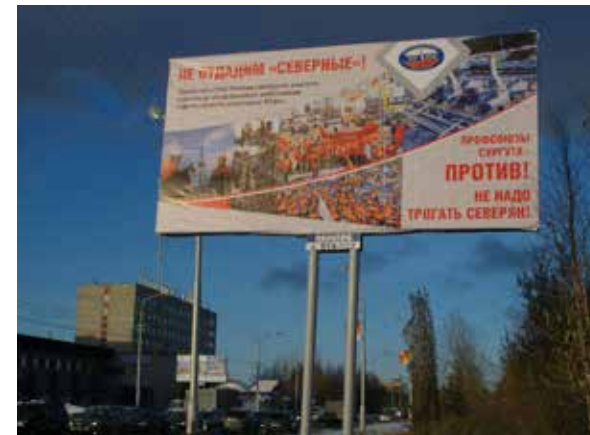
Регулярная проверка пресс-секретарем деятельности ответственных лиц по информационной работе в структурных профсоюзных организациях и рассмотрение положения дел на заседаниях районного комитета профсоюза, утверждение рекомендаций по итогам проверки в протоколе заседания райкома – действенное средство повышения качества информационной работы.

Участие пресс-секретаря в конкурсах журналистского мастерства, в издании книг, брошюр о профсоюзах и ветеранах Сургута как фактор повышения престижа профсоюзной организации среди широкой общественности города, района и округа.

Проведение обучающих семинаров Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России, конкурса «Лучшая профсоюзная организация по информационной работе» в 2017 году – действенный стимул для совершенствования мастерства и освоения новых технологий в области информирования профсоюзных коллективов о важных событиях.



Размещение баннеров на центральных улицах города – выражение позиции профсоюзов по различным важным вопросам, повышение имиджа организации в обществе.



ТАТАРСТАНСКАЯ РЕСПУБЛИКАНСКАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ



Хасанова Фардия Рифхатовна

редактор отдела МБУ «Редакция газеты «Альметьевский вестник»,
председатель ППО МБУ «Редакция газеты «Альметьевский вестник»

«Кто владеет информацией, тот владеет миром» – этот широкоизвестный афоризм актуален во все времена. Для развития любого человеческого общества, а особенно профсоюзного сообщества, необходимы информационные ресурсы. Информационная работа не только в системе профсоюза, но и в профсоюзной деятельности имеет перво-степенное значение.

Для успешной деятельности профсоюза, дальнейшего укрепления взаимодействия с социальными партнерами необходимо вести работу по формированию современного позитивного имиджа профсоюза, последовательно совершенствовать информационную работу, опираясь на современные формы и методы связей с общественностью, новейшие информационно-коммуникационные технологии. Самый простой и верный способ рассказать, привлечь внимание общественности к деятельности профсоюзной организации – сотрудничество с местными средствами массовой информации.

Муниципальное бюджетное учреждение «Редакция газеты «Альметьевский вестник» («Эл-мэт хэбэрлэре») и Татарстанский республиканский комитет Нефтегазстройпрофсоюза России совместно ведут системную работу в сфере информационной политики, отражая ее важные социальные аспекты.

На страницах газеты акцентируется внимание на необходимости поддержки людей в условиях модернизации и реструктуризации предприятий, важности систематического повышения квалификации работников, совершенствовании системы общественного контроля за охраной труда и многом другом.



2018

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ РАБОТНИКОВ НЕФТНОЙ, ГАЗОВОЙ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СТРОИТЕЛЬСТВА

НГСП-информ

ИНТЕРЕСНО. ПОЛЕЗНО. ПОДРОБНО.

- Актуальная тема
- Экспертное мнение
- Лучшие практики
- Интервью с профсоюзными лидерами
- Обзор и комментарии законодательства

ЕДИНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ

Приглашаем к сотрудничеству корпоративные СМИ и авторов
e-mail: press@rogwu.ru

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ РАБОТНИКОВ НЕФТНОЙ, ГАЗОВОЙ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СТРОИТЕЛЬСТВА

НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗ РОССИИ

«ЛАСТОЧКА»
Ежедневная электронная газета
Нефтегазстройпрофсоюза России

ДОСТОВЕРНО. ВАЖНО. ПОЛЕЗНО.

Более 800 реальных адресов электронной почты членов Профсоюза, профсоюзных активистов и руководителей.

Более 5 000 подписчиков в СОЦИАЛЬНЫХ сетях

ЕЖЕДНЕВНО ОКОЛО 1 000 просмотров на официальном сайте Нефтегазстройпрофсоюза России
<http://www.rogwu.ru>

ЕДИНОЕ ИНФОРМАЦИОННОЕ ПРОСТРАНСТВО НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ

Материалы для размещения присылайте по адресу: press@rogwu.ru
Для оформления подписки пришлите свой адрес электронной почты на press@rogwu.ru

По вопросам сотрудничества с журналом «НГСП-информ»

Светлана Романовская
тел. +7 (950) 488-93-77
e-mail: Novoselova75@mail.ru



Контакты Нефтегазстройпрофсоюза России

Пресс-секретарь Анастасия Нестерова:
тел. +7 (917) 503-06-25
тел. +7 (495) 938-80-25
e-mail: nesterova@rogwu.ru
e-mail: press@rogwu.ru

Ведущий специалист Инна Альшанова:
тел. +7 (916) 529-85-89
тел. +7 (495) 938-79-59
e-mail: analitika@rogwu.ru

Официальный сайт
Нефтегазстройпрофсоюза России
www.rogwu.ru

Нефтегазстройпрофсоюз России в социальных сетях





НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗ РОССИИ

119119, г. Москва
Ленинский проспект, д. 42
rogwu@rogwu.ru

ROGWU.RU

2018