

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ
РАБОТНИКОВ НЕФТЯНОЙ, ГАЗОВОЙ ОТРАСЛЕЙ
ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СТРОИТЕЛЬСТВА



ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ

ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ

1.5 АПРЕЛЯ
ТОБОЛЬСК
2019



ООО «СИБУР Тобольск»

ООО «СИБУР Тобольск» — предприятие по переработке углеводородного сырья и выпуску полимеров, входящее в состав СИБУРа.

Производственные мощности «СИБУР Тобольска» включают в себя центральную газофракционирующую установку по переработке широкой фракции легких углеводородов мощностью 8 млн тонн в год, производство мономеров для выработки сжиженных углеводородных газов, бутадиена, изобутилена, а также метил-трет-бутилового эфира; производство полимеров для выработки полипропилена мощностью 500 тыс тонн в год; производство электротеплопарогенерации мощностью 665 МВт по электрической энергии и 2 585 МВт по тепловой энергии.

СОДЕРЖАНИЕ

ОБРАЩЕНИЯ

ЗОТОВ ВЛАДИСЛАВ ВЛАДИМИРОВИЧ, заместитель Председателя Нефтегазстройпрофсоюза России.....8

ГОРЮНОВА АННА ВЛАДИМИРОВНА, председатель ППО ООО «СИБУР-Тобольск».....9

КИВАЦКИЙ МИХАИЛ НИКОЛАЕВИЧ, председатель Союза «Тюменское межрегиональное объединение организаций профсоюзов «Тюменский облсовпроф».....10

ФАДЕИЧЕВ ПАВЕЛ АЛЕКСАНДРОВИЧ, председатель постоянной комиссии Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе, ответственный секретарь МПО «Газпром профсоюз».....12

ТЕЗИСЫ

ЯГИЛЕВА ГАЛИНА АНАТОЛЬЕВНА, руководитель департамента информационного обеспечения аппарата Общественной организации «Все-российский Электропрофсоюз».....14

АЛЕКСАНДР КЛЯШТОРИН, заместитель главного редактора центральной профсоюзной газеты «Солидарность».....16

ЗАЕНЧКОВСКИЙ ВЛАДИМИР КАЗЕМИРОВИЧ, редактор газеты «Профсоюзный выбор» Сургутской районной организации Профсоюза.....18

ДОЛГОВ ДМИТРИЙ МИХАЙЛОВИЧ, пресс-секретарь Нефтегазстройпрофсоюза России.....20

СОБОЛЕВА ИРИНА ОЛЕГОВНА, сотрудник аппарата Федерации профсоюзов Челябинской области.....21

ЛОДЫГИН ДМИТРИЙ АЛЕКСЕЕВИЧ, SMM-специалист.....23

РОМАНОВСКАЯ СВЕТЛАНА НИКОЛАЕВНА, журналист-редактор.....27

ЯЗЕВА ВЕРА ВИТАЛЬЕВНА, руководитель направления информационная работа МПО «СИБУР Профсоюз».....29

БАХТИЯРОВ АЛЬБЕРТ ДИНУСОВИЧ, председатель ОППО АО «Транснефть-Прикамье», заместитель председателя постоянной комиссии Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе.....30

КОЧЕТКОВА ЕЛЕНА ВЛАДИМИРОВНА, специалист по организационной работе ППО АО «Сызранский нефтеперерабатывающий завод», МПО ПАО «НК «Роснефть».....32

ЗАБРОДИНА АНАСТАСИЯ ФЕДОРОВНА, председатель ОППО АО «Ангарская нефтехимическая компания», МПО «НК «Роснефть».....34

ГАРАЕВ РОБЕРТ РИФОВИЧ, МПО ПАО «ЛУКОЙЛ», председатель ОППО Западно-Сибирского филиала ООО «Буровая компания «Евразия», МПО ПАО «ЛУКОЙЛ».....36

САБИТОВ ЭРИК РОБЕРТОВИЧ, заместитель председателя Студенческого профкома по информационному направлению ППО РГУ нефти и газа (НИУ) имени И.М. Губкина.....37

ДОКУМЕНТЫ И МЕТОДИЧЕСКИЕ МАТЕРИАЛЫ

Постановление Российского Совета профсоюза от 30 ноября 2017 г. № V - 04 «О Стратегии информационного развития Профсоюза».....39

Приложение № 1 к постановлению Президиума Российского Совета профсоюза от 18 апреля 2018 г. № 13 - 01/3 - 02 «Стандарт информационно-аналитической работы в Нефтегазстройпрофсоюзе России»...42

Приложение № 2 к постановлению Президиума Российского Совета профсоюза от 18 апреля 2018 г. № 13 - 01/3 - 02 «Стандарт информационно-аналитической работы в структурных организациях Нефтегазстройпрофсоюза России».....**43**

План мероприятий Российского Совета профсоюза по реализации Основных направлений деятельности Общероссийского профессионального союза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства на период 2016-2020 годов (в области информационной работы)**44**

Методические материалы по подготовке заявок на Конкурс Нефтегазпрофсоюза России «Лучшая первичная (объединенная первичная) профсоюзная организация Нефтегазстройпрофсоюза России по ведению информационной работы».....**47**

Сервисы для оценки качества текстов.....**52**

УЧАСТНИКИ СЕМИНАРА.....**55**

ПРОГРАММА СЕМИНАРА.....**59**



ВЛАДИСЛАВ ЗОТОВ

Заместитель Председателя Нефтегазстройпрофсоюза России

Уважаемые коллеги!

Мы не случайно назвали наш очередной ежегодный семинар «Информационная работа Нефтегазстройпрофсоюза России: проблемы и решения». Несмотря на то, что за последние годы наш Профсоюз достиг заметных успехов в распространении информации о своей работе, мы не можем себе позволить остановиться на достигнутом.

Очевидно, что форматы и методы информационной работы с каждым годом должны совершенствоваться и здесь нам не обойтись без постоянного обмена опытом и распространения лучших практик.

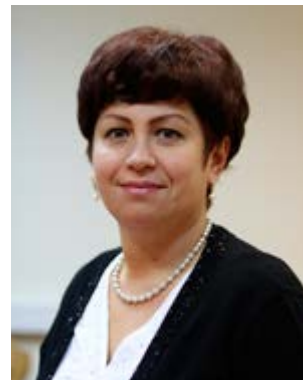
Наша целевая аудитория – это профсоюзные активисты, до сведения которых мы должны довести информацию о работе Профсоюза и вооружить их необходимыми знаниями для эффективной работы по защите социально-трудовых прав трудящихся.

Успех в этом деле во многом зависит от оперативности и качества информации, которую мы должны регулярно предоставлять, используя все доступные средства: печатные и электронные СМИ, социальные сети, телевидение и радио, как корпоративные, так и независимые.

Одним из путей повышения эффективности информационной работы также является конкурс «Лучшая ППО (ОППО) Нефтегазстройпрофсоюза России по ведению информационной работы».

Мы ожидаем, что участники семинара не только поделятся своим опытом, но и сформулируют конкретные предложения, которые могут быть использованы для актуализации информационной стратегии Профсоюза, в том числе, по оптимизации способов сбора и распространения информации, повышению ее практической значимости для профсоюзных работников и членов профсоюза.

Желаю вам плодотворной работы.



АННА ГОРЮНОВА

Председатель ППО ООО «СИБУР-Тобольск»

Уважаемые гости!

Я рада приветствовать вас в славном городе Тобольске – легендарной «Жемчужине Сибири». В Тобольске находятся ключевые предприятия компании СИБУР: ООО «СИБУР Тобольск» и ООО «ЗапСибНефтехим».

ООО «СИБУР Тобольск» – предприятие по переработке углеводородного сырья и выпуску полимеров с богатой историей. ООО «ЗапСибНефтехим» – строящийся комплекс по глубокой переработке углеводородного сырья. После запуска на заводе планируют выпускать 2 млн тонн полимеров в год.

Предприятия СИБУРа в Тобольске – это центр притяжения лучших специалистов отрасли со всей России. Роль профсоюза – сплотить команду, в которой каждый чувствует себя комфортно и не просто знает, а разделяет ценности компании.

Все наши проекты направлены на то, чтобы каждый сотрудник чувствовал принадлежность к большой и дружной команде, получал равные возможности для своего развития и отдыха, ощущал причастность к общему делу. Главный результат работы профсоюза – это доверие сотрудников, основанное на результативности нашей работы. Не формальной, а всегда адресной. Наши мероприятия имеют резонанс не только среди работников предприятий, но и среди жителей Тюменской области.

Надеемся, что проведенное время будет для вас максимально полезным и запоминающимся, а город станет прекрасной площадкой для обмена опытом привлеченных специалистов!



МИХАИЛ КИВАЦКИЙ

Председатель Союза «Тюменское межрегиональное объединение организаций профсоюзов «Тюменский облсовпроф»

Уважаемые коллеги!

Я рад приветствовать профсоюзный актив Нефтегазстройпрофсоюза России на Сибирской земле! Тюменская область – один из символов величия страны, центр развития нефтегазовой отрасли, настоящая жемчужина Сибири. Наш регион был и остается оплотом российской экономики. По многим направлениям экономического и социального развития Тюменская область опережает средние показатели по Уральскому федеральному округу и России.

Сегодня участники семинара встречаются на площадке СИБУРА. Это одна из самых сильных, динамично развивающихся управленческих компаний с командой международного уровня, и надежный социальный партнер. Компания концентрирует в регионе не только производственные мощности, но и интеллектуальный потенциал. А потому вполне логично проведение мероприятия, одной из целей которого является подготовка кадров, способных на современном уровне эффективно использовать информационные ресурсы.

Тюменский облсовпроф использует все виды и возможности донесения информации до населения области: газеты, журналы, электронные СМИ, радио, ТВ, брошюры, листовки, создание тематических фильмов и т. д. Интересен опыт работы с наружной рекламой. Используем интерактивные экраны, брендмауэры, призматроны, баннерные конструкции в городе.

К примеру, 2018 год стал юбилейным для областного объединения профсоюзов. Оно отметило 70-летие. Под эгидой юбилея вышли в свет материалы, рассказывающие об истории профсоюзного движения в Тюменской области и продолжении славных профсоюзных побед. На протяжении всей центральной улицы Тюмени на экранах демонстрировались ролики о работе профсоюзов. В «топовых» местах города размещались баннеры облсовпрофа. Информация об облсовпрофе размещена на бортах общественного транспорта.

Совместно с ГТРК «Регион-Тюмень» подготовлен цикл передач о профсоюзах. В рамках телеэкспедиции «Север» сняты полнометражные сюжеты о профорганизациях Тобольска, Ноябрьска, Сургута и других северных городов. И это далеко не все направления информационной работы областного объединения профсоюзов.

В заключение хочу пожелать всем участникам семинара успешной и плодотворной работы. Ведь от активной позиции профсоюзных лидеров зависит, насколько полным и эффективным будет наше единое информационное профсоюзное пространство. Пусть дни нашего общения станут для участников памятными и полезными, чтобы мы укреплялись в твердом намерении возрождать и утверждать профсоюзные традиции.



ПАВЕЛ ФАДЕИЧЕВ

Председатель постоянной Комиссии Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе, ответственный секретарь МПО «Газпром профсоюз»

Информационная работа традиционно является важнейшим элементом повышения известности, лояльности и приверженности к профсоюзам. Именно поэтому ей уделяется серьезное внимание Нефтегазстройпрофсоюзом России, в том числе через Комиссию по информационно-аналитической работе, а также «Газпром профсоюзом». Казалось бы, в условиях этого особого внимания все инструменты уже должны быть изучены и использованы в стратегических и тактических направлениях работы. Но, как показывает жизнь, время не стоит на месте, тем более в сфере современных информационных технологий и каналов коммуникаций.

По этой причине необходимо постоянно повышать квалификацию, изучать опыт, внедрять передовые, современные информационные решения. Востребованность образовательных мероприятий подтверждает запрос на новые знания, умения и навыки в этой сфере. Так, только за первый квартал 2019 года Межрегиональная профсоюзная организация «Газпрома» дополнительно представила свои подходы в информационной работе более чем 350 профсоюзным информационщикам, как из наших организаций, так и из организаций, не связанных с «Газпром профсоюзом». Следует признать, что есть еще много направлений, требующих постоянного совершенствования, повышения квалификации ответственных за «информационку»: в работе с интернет-сайтами, в ведении публичных страниц профсоюзных организаций в социальных сетях, в выборе оптимальных каналов коммуникаций и так далее. Даже в написании текстов профсоюзных пресс-релизов есть еще к чему стремиться! В этом плане традиционный семинар Нефтегазстройпрофсоюза России, который состоится в Тобольске – весьма кстати!

Еще одно направление, о котором пришло время говорить – необходимость наращивания аналитического блока в информационной работе. Цена ошибки, сделанной из-за недостоверной или необъективной информации, сейчас заметно возросла. Потому необходимо отбирать и анализировать

сведения с использованием современных технологий и инструментов. Это позволяет делать правильные выводы и принимать верные решения – для профсоюзов, и для социальной политики в целом такая задача особенно актуальна. «Газпром профсоюз» сейчас должное внимание уделяет усилению аналитического направления – об этом мы говорили на ежегодном семинаре для ответственных за информационную работу, прошедшем в январе во Владимире. Подобную тенденцию будем развивать и дальше. Полагаю, что мы посвятим этому вопросу одно из заседаний Комиссии по информационно-аналитической работе, тем более в планы на 2019 год Нефтегазстройпрофсоюз России определил проведение нескольких исследований. Необходимо, чтобы они были подготовлены и проведены по всем социологическим правилам.

У профсоюзной информационной работы много задач, здесь я упомянул лишь два направления – аналитика и социология. Будем решать их вместе, Комиссия по информационно-аналитической работе Нефтегазстройпрофсоюза России станет важным звеном в принятии правильного решения этих задач.



ГАЛИНА ЯГИЛЕВА

Руководитель департамента информационно-обеспечения аппарата Общественной организации «Всероссийский Электропрофсоюз»

«Информационное обеспечение деятельности Общественной организации «Всероссийский Электропрофсоюз» и коммуникации со структурами разного уровня: опыт, практика, решения. Если мы хотим, чтобы голос Профсоюза был услышан»

Отсутствие оперативной и достоверной информации о Профсоюзе создает мнение о его бездеятельности и консерватизме. И, наоборот, видя результаты, люди обретают веру в организацию. Постоянный поток информации снижает вероятность возникновения вопроса «Что сделал для меня профсоюз? Почему я должен платить профсоюзный взнос?» и напрямую влияет на мотивацию профсоюзного членства.

Современный стиль жизни требует новых методов коммуникации с аудиторией – членами профсоюза. К примеру, наши социальные партнеры на различных уровнях взаимодействия в своей повседневной деятельности активно используют и сайты, и социальные сети, и корпоративные источники информации, и информресурсы известных печатных и интернет-изданий. Безусловно, весь этот инструментарий есть и у Профсоюза, но наша задача – не только не отставать, но и постараться работать на опережение. Не только осваивать весь спектр инструментов, но и изучать практические методики, например, построения отношений с журналистами различных СМИ, управления репутацией организации, измерения эффективности нашей деятельности и т.д.

На сайте Красноярской Федерации профсоюзов есть такие слова: «Если профсайты, как грибы, растут, то значит, профсоюзы в будущее смотрят...». С созданием собственного социального аккаунта в интернете (сайта, официальной группы в соцсетях, блога и т.д.) сравнивается будущее профсоюза. А как же иначе? Ведь 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 плохого сайта или удивление от его отсутствия станет основой дальнейшего отношения к профсоюзу.

Качественный веб-сайт организации – это, прежде всего, забота о пользователях и фундамент стабильной эффективной деятельности орга-

низации – это инструмент привлечения потенциальных членов профсоюза, инструмент обмена информацией и, наконец, – это имидж Профсоюза. Сегодня важно не только создать сайт и выложить текущие новости, а реально взаимодействовать с целевой аудиторией, активно общаться, продвигать профсоюзные идеи и ценности, а также бороться с негативными отзывами и комментариями, словом, управлять репутацией профсоюзов в сети.

Социальные сети стали важным фактором успеха в деловой среде, позволяя ускорить деловую переписку и процессы согласования, иногда именно в социальных сетях творится история. По мнению многих экспертов, системная работа с новыми коммуникационными каналами стала залогом победы Дональда Трампа на президентских выборах в США.

Но ярче всего о значении соцсетей свидетельствуют цифры: по данным TNS-Global, суммарная ежемесячная аудитория социальных сетей Facebook, Instagram, Twitter, «ВКонтакте» и «Одноклассники» в России по итогам 2017 года составляла более 137 млн посетителей в месяц.

Профсоюзные Группы в социальных сетях – это не только набор технических возможностей и способ организации информации, но и эффективный метод информационной работы. Это подтверждают веские аргументы: в основном не требуется финансовых затрат, создается прямая связь профсоюзной организации с членами профсоюза, устанавливается равноправный диалог, ведутся споры и дискуссии, используются активные методы информирования и оповещения и т.д.

Чтобы иметь развитую, гибкую, адаптированную под нужды отраслевой профсоюзной организации, информационную систему, просто иногда надо правильно использовать уже имеющиеся собственные возможности и информационные ресурсы.

Перефразируя слова одного из создателей всемирной компьютерной паутины Билла Гейтса, можно утверждать, что успех в информационной работе не всегда связан с подавлением конкурентов. Только грамотная организация информработы на всех уровнях профсоюзной жизни, умелое использование информационного ресурса, специализированное обучение кадров могут стать для нас в этом деле надежной гарантией.

Помните любимую поговорку пиарщиков: «Если нет реальных дел – не спасет PR-отдел». Нам не надо забывать, что именно поступки говорят громче, чем слова и факты имитации деятельности профсоюза не приведут к повышению имиджа профсоюза. В эпоху новых медиа привлечь внимание целевой аудитории и СМИ к деятельности Профсоюза могут только конкретные дела, о которых наша задача рассказать правдиво, грамотно и доступно.



АЛЕКСАНДР КЛЯШТОРИН

Заместитель главного редактора центральной профсоюзной газеты «Солидарность»

«Информационный повод и работа со СМИ»

Не все СМИ одинаково полезны – это руководители профсоюзных организаций понимают иногда даже слишком хорошо. Поэтому, обжёгшись на молоке, дуют на воду, зачастую не обращаясь к журналистам даже с теми темами, которые могут и должны быть освещены в средствах массовой информации. Чтобы избежать болезненных просчетов в отношении сотрудничества со СМИ, профлидер, желающий работать в медиапространстве, должен прозондировать почву, определив, какие СМИ в городе/регионе вообще пишут на социально-трудовую тематику и насколько профессионально они это делают.

Работа профсоюзной организации со СМИ начинается с информационного повода: События, которое своей значимостью, необычностью, интересностью может заинтересовать читателя/зрителя/слушателя СМИ. Нужно четко понимать, что из вашей работы может стать инфоповодом, а к чему журналисты интереса скорее всего не проявят. Так, само по себе заседание профкома даже крупного производства инфоповодом не является. Однако, горячая тема, обсуждаемая на нем, (скажем, сбор профсоюзной организацией подписей за возвращение прежнего пенсионного возраста для северян) может стать таковым.

В целом, любые коллективные действия для журналистов – интересный информационный повод, особенно сейчас, когда социальная тематика находится в топе информационной повестки. Впрочем, не стоит сбрасывать со счетов и поводы позитивные: договоренности относительно новых значимых гарантий для сотрудников производства, проведение масштабного образовательного мероприятия на выигранный профсоюзной организацией грант и так далее.

Даже среди опытных профлидеров до сих пор встречается такая болезнь: направить в адрес журналистов необработанное постановление и ждать, когда же оно будет опубликовано. Постановления – наш внутренний

инструмент работы, зачастую написанный нашим же профсоюзным «новоязом». И в чистом виде такой документ может быть интересен лишь специализированному СМИ. Для большинства же журналистов постановления необходимо обрабатывать таким образом, чтобы на первый план выходила его суть.

Не менее важно создать качественный медиаконтент, которым журналист сможет проиллюстрировать свой материал. Яркая фотография, прикрепленная к пресс-релизу, может привлечь внимание не хуже самой темы. Плакат с ярким лозунгом, активисты, сфотографировавшиеся с требованиями, видеообращение – хорошо визуализированная информация существенно повышают шансы на публикацию.

Отдельно стоит сказать о каналах связи со СМИ. Пресс-релиз на электронную почту и звонки в редакцию, конечно, не помешают. Но не стоит забывать и о социальных сетях. Иногда, чтобы оперативно обратить внимание на свою новость или мероприятие, лучше написать на официальный аккаунт СМИ, либо администратору, указанному в контактах комьюнити.



ВЛАДИМИР ЗАЕНЧКОВСКИЙ

Редактор газеты «Профсоюзный выбор» Сургутской районной организации Профсоюза

«Опыт выпуска печатного регионального издания Профсоюза.

Формы и методы информационной работы Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России в 2018 году»

Газета «Профсоюзный выбор» Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России, как связующее информационное звено, печатная трибуна для профсоюзных организаций градообразующих предприятий, города Сургута, Сургутского района и ХМАО-Югры.

Взаимодействие пресс-секретаря Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России с Сургутской организацией журналистов, журналистами городских, районных и региональных СМИ, – эффективный способ налаживания партнерских отношений и оперативной публикации материалов по профсоюзной тематике.

Продуктивное использование информационных ресурсов Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России, принятие мер по развитию и расширению существующих рамок профсоюзной информационной деятельности в социальных сетях, как средство выхода на новый качественный уровень в информационной работе.

Участие редакторов профсоюзных газет в конкурсах журналистского мастерства, в издании книг, брошюр о профсоюзах и ветеранах Сургута как фактор повышения репутации профсоюзной организации среди общественности города, района и округа.

Проведение обучающих семинаров в Сургутской районной организации Нефтегазстройпрофсоюза России по информационной работе – действенный метод совершенствования мастерства и освоения новых технологий в области информирования профсоюзных коллективов о важных событиях.



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



ДМИТРИЙ ДОЛГОВ.

Пресс-секретарь Нефтегазстройпрофсоюза России

«Новости структурных организаций. Содержание, стиль и формат информационных сообщений. Практический разбор. Рекомендации, комментарии, пожелания»

Основные требования к информационному сообщению:

- Заголовок сообщения должен отражать суть описываемых событий, явлений или проблем и быть по возможности кратким.
- Информационное сообщение должно четко и однозначно описывать событие, явление или проблему, которым оно посвящено и отвечать на основные вопросы: кто, что, где, когда, почему, зачем, каким образом.
- Информационное сообщение должно содержать максимально возможное подробное описание события, явления или проблемы – у читателя не должно возникнуть дополнительных вопросов.
- Необходимо, чтобы каждое предложение в сообщении несло информационную или смысловую нагрузку.
- В информационном сообщении следует избегать канцеляризмов, аббревиатур, «лишних» слов, общих рассуждений, описаний природы, эмоций, других явлений и фактов, не имеющих прямого отношения к описываемым событиям, явлениям или проблемам.
- В сообщении обязательно должна присутствовать информация об участии профсоюзной организации в описываемом событии, ее конкретном вкладе в организацию того или иного мероприятия.
- Желательно, чтобы в каждом информационном сообщении имелась цитата профсоюзного работника, в которой говорится о значимости описываемых событий, явлений или проблем.
- В идеале сообщение должно содержать информацию, которую можно использовать в практической работе, в том числе и для оповещения членов профсоюза о деятельности Нефтегазстройпрофсоюза России.



ИРИНА СОБОЛЕВА

Сотрудник аппарата Федерации профсоюзов Челябинской области, специалист в области «Психология рекламы», администратор групп «Профмотиватор» в социальных сетях, победитель конкурса газеты Солидарность «Профсоюзный авангард – 2017» в номинации «Новация»

«Группы профсоюзных организаций в социальных сетях: ведение, оформление, продвижение»

Друзья, сегодня мы поговорим о хештегах и их применении в нашей с вами профсоюзной работе.

Мир не стоит на месте, поток информации растёт с каждым днём и, чтоб уметь ориентироваться в этой окружающей нас лавине всевозможных сведений, система поиска информации постоянно совершенствуется.

Сначала это были поисковые системы (гугл, яндекс и другие), с появлением соцсетей начали набирать популярность тематические группы, позволяющие систематизировать информацию согласно интересам подписчиков. И вот, наконец, свершилось – человечество изобрело и освоило на практике систему хештегов!

Как понять, что перед вами хештег? Очень просто: хештег всегда состоит из решетки (#) и набора букв (это может быть хоть кириллица, хоть латиница). Хештег может содержать цифры, но никогда не содержит пробелов и знаков препинания. Пробел всегда означает окончание хештега.

Итак, важно: решетка ставится ДО слова или фразы хештега, пробел или знак препинания – ПОСЛЕ.

Такая комбинация (решетка и набор символов) автоматически становится ссылкой. Нажав на эту ссылку, вы тут же переместитесь в массив данных, отмеченных указанным хештегом.

То есть, например, хештег #профсоюз открывает для нас все публикации, отмеченные хештегом #профсоюз. Представляете, что было бы, если б все мы, профсоюзники, каждый свой пост отмечали этим хештегом? вся наша информация систематизировалась бы этим хештегом в один огромный массив! #профсоюз – это широкий хештег.

Для того, чтоб сузить массив важной для нас информации и упростить поиск в границах хештега, наряду с широким хештегом, отсылающим нашу информацию в общий массив информации, рекомендуется указывать и более узкий, именно ваш хештег: #профсоюзобразования, #гмпр, #профком-КачГОК #пппсз или подобные.

Публикуя информацию о мероприятии, удобно указывать хештег с названием мероприятия: #рабочаяпесня, #конкурсстихов, #минифутбол. Если мероприятие регулярное, например, ежегодное, то можно указывать год: #рабочаяпесня2019, #конкурсстихов2019 и т. д.

Чтоб систематизировать в интернете информацию о своей организации, всегда добавляйте (и научите своих коллег делать также!) хештег с названием вашей организации. Важно, чтобы фраза после решетки всегда была одинаковой. Так, например, #профкомМГУ и #МГУпрофком – это разные хештеги. Если допускаете, что возможна путаница, указывайте оба этих хештега. А вот регистр знаков (то есть, прописные они или заглавные) на поиск по хештегу не влияет. Это значит, что по хештегу #ПРОФСОЮЗ, будут найдены все публикации, отмеченные хештегами: #ПРОФСОЮЗ, #профсоюз, #Профсоюз, #ПрофСоюз, #профСОЮЗ и т. д.

Почему хештеги – это удобно? Потому что у каждого, практически у каждого из нас всегда под рукой телефон, на который мы фотографируем и снимаем видео. А потом выкладываем в своих соцсетях. И, если каждый участник того или иного мероприятия не поленится указать хештег с названием мероприятия, то все материалы всех участников можно будет найти в массиве заданного хештега.

Важно для организаторов: заранее позаботьтесь, с каким хештегом участники мероприятия будут выкладывать, а позднее – искать материалы с мероприятия. Если мероприятие разовое – пусть ваш хештег будет многословным, но точно отражающим вашу специфику: #70летПрофсоюзамОренбуржья, #СтратегическийРезервФНПР2018.

Найдите способ оповестить участников о выбранном вами хештеге: его можно нанести на атрибутику, изготовить пенопластовые или фанерные хештеги для фотографирования. Это существенно упростит поиск материалов с вашего мероприятия, будь то статьи, фотографии, аудио- или видеоматериалы. Главное, чтоб при размещении информации каждый из вас добавлял ВАШ хештег (перед публикацией, после публикации или даже среди текста).

И да, система хештегов действует внутри каждой соцсети и позволяет найти материалы в фейсбуке, вконтакте, в инстаграме и даже внутри некоторых мессенджеров. Но никогда хештег из фейсбука не найдет материалы, например, в инстаграме. Впрочем, и наоборот тоже. Но хештег, набранный вами в поисковике, позволит обнаружить материалы сразу во многих социальных сетях.

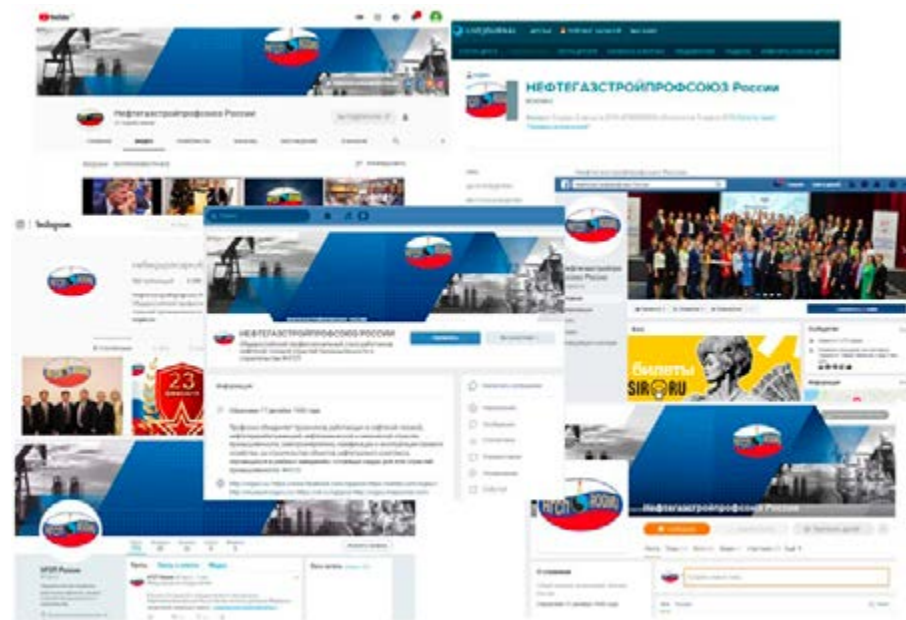
Попробуйте, это удобно! Наверняка вам понравится!



ДМИТРИЙ ЛОДЫГИН
SMM-специалист

«Социальные сети Рунета, мессенджеры и их новые возможности»

Социальные сети Нефтегазстройпрофсоюза России



Главная цель, которая по-прежнему стоит перед социальными сетями – это поддержание положительного имиджа Профсоюза, который работает на благо тружеников нефтегазового сектора.

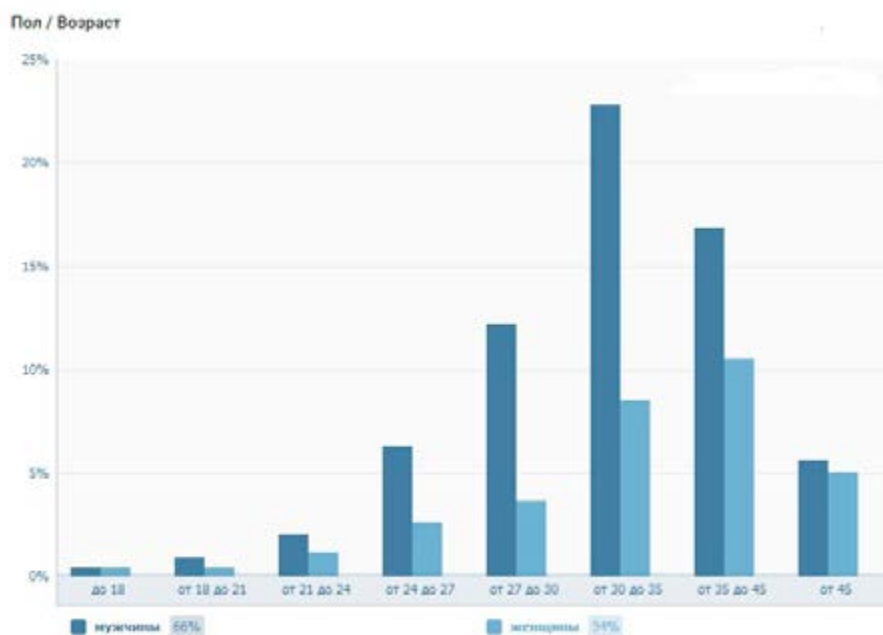
Задачами же являются:

- увеличение посещаемости и просмотров нашего основного ресурса – Сайта Нефтегазстройпрофсоюза России;
- информирование наших подписчиков, членов профсоюза, обо всех значи-

мых профсоюзных событиях, а также получение обратной связи;
 - получение различного рода аналитических данных посредством проводимых опросов.

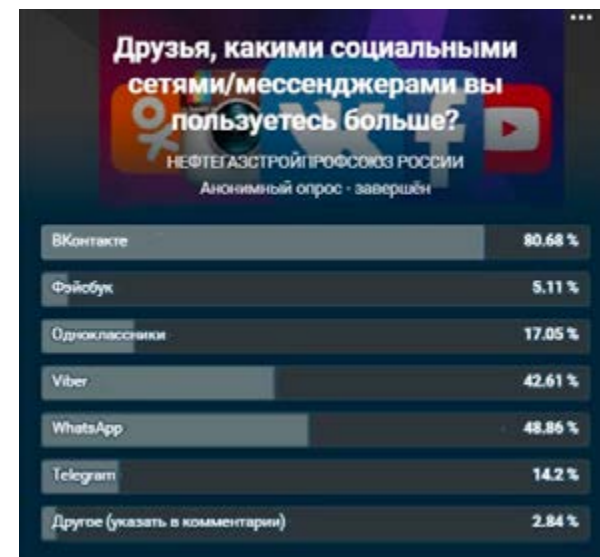
Наши страницы в социальных сетях используются не только как собственная новостная лента, но и как интерактивная площадка. Также как и зарекомендовавшая себя тематическая программа опросов в 2018 году, составлена подобная и на 2019 год, которая затрагивает всевозможные вопросы, связанные с профсоюзной деятельностью и всевозможными социальными активностями. Регулярно проводятся и розыгрыши или конкурсы, которые приурочены к праздничным датам – Первомайским праздникам, Дню нефтяника и газовика и Новому году. Эти мероприятия также показали свою эффективность, и зарекомендовали себя для использования в дальнейшем, поскольку наши подписчики очень активно принимают участие в этих розыгрышах, а публикации, содержащие призыв поучаствовать в розыгрыше – являются самыми популярными по охвату и величине вовлеченности (лайки, комментарии и репосты).

Стоит отметить и нашу аудиторию. Ни для кого не секрет, что по статистике, самые активные пользователи социальных сетей – это женщины, конечно исходя из специфики отдельных сетей, женское целевое ядро



варьируется в разных возрастных диапазонах, и мужская аудитория, на некоторых ресурсах примерно ей равна, но тем не менее. В случае наших социальных сетей, на примере ВКонтакте, активными пользователями и основной аудиторией, являются мужчины в возрасте от 27 до 45 лет. Это говорит о том, что строгий, официальный подход к нашему размещению информации, является правильным, поскольку мужская аудитория воспринимает новости без «смайлов» и разного рода неформальных определений как более серьезные.

Основная информация, публикуемая на наших страницах, транслируется с официального сайта Нефтегазстройпрофсоюза России. Также публикуются наиболее интересные и значимые новости с сайтов структурных организаций Профсоюза, со сторонних профсоюзных или правительственных групп и страниц в социальных сетях. Помимо этого, в наш контент мы добавляем не только новости, касающиеся профсоюзной тематики, но и всей нефтегазовой отрасли России. Также мы 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.



Какими социальными сетями и мессенджерами пользуются люди? Мы спросили об этом наших подписчиков во ВКонтакте.

Зачастую большинство людей пользуются не одной социальной сетью и не одним мессенджером, а сразу несколькими. Кому-то нравится интерфейс Фэйсбука, у кого-то все друзья и знакомые пользуются Одноклассниками, а для кого-то ВКонтакте – это и есть весь интернет, также и с мессенджерами. В этой связи, мы решили узнать, какие ресурсы, сейчас, все-таки популярней?



Среди социальных сетей на протяжении уже долгого времени бесспорно лидирует ВКонтакте, примечательно то, что Одноклассники опередили Фэйсбук, чья популярность в последнее время падает. Среди мессенджеров пальму первенства делят WhatsApp и Viber, хотя первый чуть впереди.

Подводя итог описанию социальных сетей Нефтегазстройпрофсоюза России, важно отметить, что еще не было сказано – величину нашей аудитории. Совокупное число подписчиков по нашим страницам и группам во ВКонтакте, Фэйсбуке, Одноклассниках и Инстаграме – свыше 10 000!

За последний год количество участников увеличилось почти в два раза, и мы стремимся, чтобы эта цифра динамично шла вверх, проводя эффективное информирование наших подписчиков о деятельности Профсоюза.



СВЕТЛАНА РОМАНОВСКАЯ
Журналист-редактор

*«Написать так, чтобы прочитали.
Секреты хорошего текста»*

«Журналистика очень прикладная профессия и главное, чему она учит – общению с людьми».

Каждый автор хочет, чтобы его текст прочли.

1. Текст встречают по заголовку.

Он должен быть ярким, заметным. Выразительным. 3-5 слов. Однако тренд – длинные заголовки, так как в заголовок стараются «впихнуть» новость, главную мысль.

Образные заголовки лучше запоминаются, но мало информативны.

Поэтому можно использовать Заголовок+ подзаголовок (образ и его расшифровку)

Пример:

Карты, деньги, два звонка.

Черные коллекторы организуют нелегальные колл-центры.

Строй, кто уйдет.

В России могут обанкротиться застройщики более 7 млн кв. м жилья.

2. Начало.

«У вас никогда не будет второго шанса произвести первое впечатление» к тексту относится на все 100%.

3. Структура.

Хорошее предложение – четкая мысль и ОЧЕНЬ простая конструкция.

4. «Якоря» для читателя: фотография, врезки, цитаты, инфографика.

Фото – это тоже информация и пусть она будет полезной, эмоциональной, вовлекающей читателя.

В тренде визуальная информация: фото, инфографика, врезки.

Что привлекает внимание в тексте:

Заголовок.

Фото /иллюстрация.

Разбивка текста.

Необычная верстка.

Лаконичный образный эмоциональный текст.

5. Коротко и по делу.

Навык писать кратко необходим не только журналистам, а вообще всем, кто хочет быть услышанным. Мы живем в эпоху социальных сетей и «клипового мышления».

«Сестра таланта» – сегодня самый востребованный товар. Но краткость должна быть содержательной.

Чтобы текст было легко читать он должен быть образным, эмоциональным.

Что создает это?

Прилагательные.

Если не брать во внимание относительные и притяжательные (золотое кольцо, мамина шуба), то вот с качественными беда. Научитесь исключать из текста «ленивые» прилагательные. Они делают текст безликим.

Хороший, плохой, маленький, большой, красивый, ужасный, веселый, грустный, уникальный, эффективный.

Все эти слова настолько распространены, что уже не несут в себе особого смысла.

6. Детали делают текст!

«Если в начале пьесы на стене висит ружье, то оно должно выстрелить».

Каждая деталь должна быть говорящей, играть какую-то роль.

Детали бывают разные: портретные, языковые, пейзажные, интерьерные, психологические.

7. Украшение текста.

Метафора – это иносказание на основе ассоциаций. Метафорам есть место в любом тексте. Они помогают взбудоражить сонный мозг читателя. Метафорами можно заменять «ленивые» прилагательные.

Красивые глаза / два жгучих уголька

Быстро бежать / лететь стрелой

Не готовы к метафоре – используйте сравнение.

«Он взял флакон, щелбнула стеклянная пробка». И мы тут же слышим звук открытия флакона, который напоминает щебет птицы. (Ю. Олеша)

Резюме:

Даже самое скучное мероприятие можно «вкусно» подать. Но в погоне за образами, не забывайте про информацию. Читатели ее ждут.



ВЕРА ЯЗЕВА

Руководитель направления «Информационная работа», МПО «СИБУР Профсоюз»

«Информационная работа в МПО «СИБУР Профсоюз»»

Без качественного информирования сложно представить полноценную работу профсоюза – актуальная и достоверная информация по всем направлениям профсоюзной деятельности должна своевременно доноситься до членов профсоюза.

Большое внимание СИБУР Профсоюз уделяет полноте и качеству подачи информации. Мы максимально используем все источники информирования – и корпоративные, и собственные профсоюзные, учитывая предпочтения работников, как им наиболее удобно получать информацию о нашей работе. Кто привык держать в руках печатное издание – тому «Вестник профсоюза», брошюры и буклеты на информационных досках и стойках. Кто предпочитает получать информацию на рабочем компьютере – получают рассылки по электронной почте, читают новости на корпоративном портале, электронный вариант «Вестника профсоюза» и корпоративной газеты. Любители социальных сетей листают наши страницы в Instagram, Facebook и ВКонтакте, получая не только полную информацию о наших предстоящих, текущих и проведенных мероприятиях, но и много другого полезного и занимательного контента.

Наши материалы так же публикуются и на внешних ресурсах: сайте Нефтегазстройпрофсоюза России, дайджесте «Ласточка», журнале «НГСП-Интерформ», а также в региональных СМИ – сайтах, газетах и телевидении.



АЛЬБЕРТ БАХТИЯРОВ

Председатель ОППО АО «Транснефть-Прикамье», заместитель председателя постоянной комиссии Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе

«Информационная деятельность ОППО АО «Транснефть-Прикамье»

Направления информационной деятельности:

- информационные стенды в каждом подразделении нашего предприятия (нефтеперекачивающие станции, базы производственного обслуживания, цеха технологического транспорта, центральные склады и др.);
- собственное мобильное приложение профсоюзной организации «Мой профсоюз», интернет-сайт компании Транснефть, интернет-сайт НГСРП;
- демонстрация видео- и фото-материалов на внутренних ресурсах (экранах).

- Ежегодные видеопрезентации от каждого районного нефтепроводного управления о проделанной работе за год;
- проведение собраний в трудовых коллективах и доведение информации непосредственно в общении с работниками;
- видео- и аудио- селекторные совещания.

Информация на стендах.

Информационные стенды «Профсоюзная жизнь» установлены в каждом подразделении нашего предприятия. Там размещается и актуализируется вся необходимая информация о деятельности профсоюзной организации, а также новостные и организационные документы:

- о составе профсоюзной группы и их контакты;
- печатное издание Коллективного договора;
- планы работ цеховых профсоюзных организаций;
- информация в области охраны труда (график проверок и список Уполномоченных по ОТ);
- информация о предстоящих культурно-массовых и спортивных мероприятиях, афиши, поздравления, мотивирующие плакаты.

Мобильное приложение.

Информационный интернет-ресурс для мобильных телефонов и планшетов.

Целевая аудитория – работники и пенсионеры АО «Транснефть – Прикамье»,

работники других организаций, входящих в периметр объединенной профсоюзной организации, вышестоящие организации областного и всероссийского уровня.

Дата начала создания проекта ресурса – январь 2017 года. Дата начала работы ресурса – февраль 2017 года.

Мобильное приложение также несет в себе информацию:

- о составе профсоюзного комитета АО «Транснефть – Прикамье», их контакты;
- редакцию Коллективного договора, информацию о спецодежде;
- информацию для чего нужен профсоюз;
- информация о предстоящих культурно-массовых и спортивных мероприятиях, афиши, поздравления, мотивирующие плакаты;
- также у работника имеется возможность направить в адрес председателя профкома интересующий его вопрос или информацию о какой-либо ситуации на производстве.

Видеоролики.

Видеоматериалы на внутренних ресурсах (экранах).

Эффектным, а главное эффективным способом ведения информационной работы является демонстрация фото- и видеоматериалов на телевизионных экранах, установленных в фойе и столовых административных зданий АО «Транснефть – Прикамье».

Трансляция роликов о свершенных культурно-массовых и спортивных мероприятиях притягивает множество заинтересованных взглядов.

Фотоальбомы.

Ежегодный конкурс фотоальбомов «Профсоюзная жизнь»

Жизнь и деятельность коллективов ежегодно отражается в фотоальбомах, подготавливаемых в районных управлениях АО «Транснефть – Прикамье», для участия в конкурсах.

Собрания в трудовых коллективах.

Проведение собраний в трудовых коллективах – это регулярный процесс в течение года, который позволяет довести до работника необходимую информацию непосредственно в общении с ним. Ответить на интересующие его вопросы и проблемы.

Видео-селекторные совещания.

Видео- и аудио-селекторные совещания позволяют оперативно решать возникающие вопросы. Удобная форма совещания при территориальной отделенности подразделений.



ЕЛЕНА КОЧЕТКОВА

Специалист по организационной работе
ППО АО «Сызранский нефтеперерабатывающий завод», МПО ПАО НК «Роснефть»

Информационная политика ППО АО «Сызранский НПЗ» МПО «Роснефть» служит выполнению целого комплекса задач, связанных с позиционированием профсоюзов во внешней информационной среде, в бизнес-среде производственных структур НГСП, среди сотрудников предприятий и членов профсоюза.

Задачами информационной политики ППО АО «Сызранский НПЗ» МПО «Роснефть» являются:

- мотивация сотрудников на вступление в профсоюзную организацию;
- информирование сотрудников о текущем положении дел в производственных структурных цеховых организациях, о проведенных мероприятиях, перспективах развития;
- создание единого информационного пространства внутри профсоюзных структур МПО «Роснефть» (для предприятий, работающих в разных регионах).

Основные функции информационной политики ППО АО «Сызранский НПЗ» МПО «Роснефть»:

- информационная - освещение новостей, информационных поводов и инициатив;
- мотивационная: приобщение сотрудников предприятий к общим ценностям профсоюзной организации);
- посредническая: контроль за действиями руководства и профактива предприятий);
- превентивная: предупреждение кризисных ситуаций, своевременное информирование коллективов о тех или иных изменениях, предупреждение распространения слухов.

Информационный аспект деятельности ППО АО «Сызранский НПЗ» МПО «Роснефть» предполагает развитие собственного интернет-ресурса, совершенствование внутренних коммуникаций и каналов обратной связи,

функционирование информационных профсоюзных стендов (в том числе и интерактивных) в производственных цехах завода.

Распространение информации о работе профсоюзной организации в собственных, региональных и федеральных СМИ позволяет нам добиваться большей информированности членов профсоюза. Помимо этого, информационно-коммуникативная работа – это еще и умение общаться с людьми, получение обратной связи, обязательные и необходимые навыки профсоюзного работника.

Посредством всех этих инструментов ППО АО «Сызранский НПЗ» МПО «Роснефть» формирует в общественном сознании позитивную репутацию профсоюза как общественной организации, последовательно и эффективно отстаивающей социально-трудовые права работников. Эта работа способствует росту его авторитета в обществе, распространяет идеи профсоюзного движения и привлекает новых членов в свои профсоюзные ряды.

Вместе с тем, информационная работа – это не только ежедневные действия и отчеты о текущих мероприятиях. Информационная работа профсоюзов, на мой взгляд, должна быть и образовательной.

Быть понятным очень сложно. Профсоюзное зерно может взойти только в подготовленной, плодородной земле базовых знаний. Как этого добиться большой вопрос. Мы, профсоюзная организация Сызранского НПЗ, пошли по пути геймификации процессов обучения и привлечения к данной работе молодых сотрудников.

Поиграть на серьезные темы вполне реально. Для обучения молодежи мы применяем кейс «Пиратский профсоюз», для более опытных «Профсоюзную путевку».

В области охраны труда и обучения уполномоченных лиц – мы запустили отдельный проект, основанный на новой технологии: очков виртуальной реальности (VR-очков) в работе уполномоченных по охране труда профсоюза, которые позволяют выявить нарушения, систематизировать их и определить первопричины аварийных ситуаций.

Все это и многое другое возбуждает интерес работников к нашей организации. Мы стараемся быть максимально открытой и понятной структурой, используем инструменты проверенные временем и современные «фишки». Пока у нас получается. Этому подтверждение 97% охват профсоюзным членством сотрудников Сызранского НПЗ.



АНАСТАСИЯ ЗАБОРИНА

Специалист по информационной работе
ОППО АО «Ангарская нефтехимическая
компания», МПО «НК «Роснефть»

«Instagram» – эффективный канал передачи информации»

Сегодня, в век информационных технологий мы можем сами создавать информацию для аудитории или, как говорят современным языком, для фолловеров (от англ. follower; синонимы: читатель, последователь, подписчик).

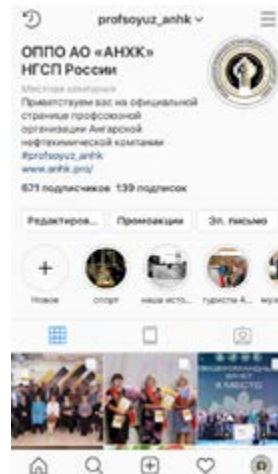
Социальные сети становятся не только платформами для общения, но и каналами для передачи информации, которые наполнены видеороликами, например, видеохостинговый сайт «YouTube», короткими текстовыми сообщениями – «Twitter» и короткими видео и информативными фото, подкрепленными подписями, – «Instagram».

«Instagram» («Инстаграм») – приложение для обмена фотографиями и видеозаписями с элементами социальной сети, позволяющее снимать фотографии и видео, применять к ним фильтры, а также распространять их через свой сервис и ряд других социальных сетей.

«Instagram» удобен и прост в использовании. Его популярность растет с каждым годом. На 2018 год число зарегистрированных пользователей составляет 1,1 млрд человек. По данным опроса, проведенного в декабре 2017 года Всероссийским центром изучения общественного мнения, 14% российских интернет-пользователей пользуются аккаунтом в «Instagram» каждый день или почти каждый день.

Довольно часто в «Instagram» встречаются аккаунты не только физических лиц, но и компаний, организаций, фирм и т.п. Многие создают аккаунты для того, чтобы привлечь клиентов и увеличить продажи. По прогнозам экспертов, «Instagram» за 2017 год получил от глобальной рекламы около \$2,8 млрд.

Конечно, профсоюз – это не та организация, которая будет зарабатывать на своих подписчиках.



оставались без ответа. Это сделает аккаунт живым, привлечет больше подписчиков.

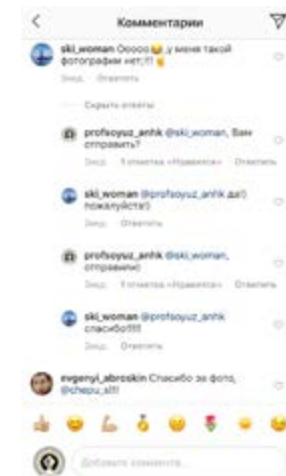


«Instagram Stories» (в народе – «истории») и InstaGram TV (прямые эфиры).

Конкурсы и викторины, организованные профсоюзом, станут отличным вовлекающим контентом, они добавят ярких красок в будни, подтолкнут работников к творчеству.

Создание аккаунта для профсоюзной организации – это хорошая возможность рассказать о своей деятельности и быть ближе к работникам, узнавать, что происходит в их жизни.

Взаимный обмен комментариями и эмоциями, чаще значками эмодзи (от яп. – картинка, знак) и отметками «Мне нравится» («like» от англ. – нравится, одобряю) создает добрую атмосферу. Важно, чтобы ни один комментарий, ни одно сообщение не



Также для новых и старых фолловеров будут интересны регулярные публикации. Многие блоггеры говорят, что нужно обновлять контент не реже 2-4 раз в неделю. Но как показывает практика, делать это можно и чаще, главное, чтобы посты (сообщения) были актуальными и информативными.

Отдельной популярностью среди подписчиков «Instagram» пользуются функции





РОБЕРТ ГАРАЕВ

Председатель ОППО Западно-Сибирского филиала ООО «Буровая компания «Евразия», МПО ПАО «ЛУКОЙЛ»

Объединенная первичная профсоюзная организация ООО «Буровая компания «Евразия» объединяет 10 первичных профсоюзных организаций предприятий, входящих в Группу компаний БКЕ, объединяющая более 17 000 членов. Все предприятия Группы компаний БКЕ имеют филиальную структуру, деятельность которых располагается в таких регионах как: Самарская, Оренбургская, Волгоградская области, Пермский край, Республика Коми, Ханты-Мансийском и Ямало-Ненецком автономных округах.

Мы прекрасно понимаем, что одна из основных задач – обеспечение оперативного информирования работников наших подразделений о деятельности профсоюзной организации – о том, чем живет профсоюз, что он делает для того, чтобы эффективно выполнять свою главную защитную функцию.

Мы стремимся к тому, чтобы материалы были актуальными и информационно насыщенными. Сегодня мы освещаем новости различной тематики: выполнение обязательств коллективного договора, обучение профсоюзного актива, проведение конференций, проводимая работа в области охраны труда и производственной безопасности, проведение конкурсов профессионального мастерства «Лучший по профессии», проводимая работа с молодежью и ветеранами, культурно-массовые и физкультурно-оздоровительные мероприятия.

Всё, что происходит в профсоюзной жизни компании, предприятия незамедлительно доводится до сведения председателей первичных, цеховых профсоюзных организаций, которые в свою очередь информируют профгруппоргов и рядовых членов профсоюза.



ЭРИК САБИТОВ

Заместитель председателя Студенческого профкома по информационному направлению ППО РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина

«Специфика информационной работы профсоюзных организаций в высших учебных заведениях»

XXI век – время глобальной информатизации общества. Социальные сети сегодня формируют ощущение потока, меняющегося каждую секунду. Если проанализировать целевую аудиторию ППО РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина, то можно сделать вывод о том, что это – студенты Университета, относящиеся к поколению Z. Этим и определяется специфика информационной работы Профсоюзной организации.

Поколение Z – те, кто родился между 1995 и 2005 годами, но на самом деле это не возраст, а система ценностей и образ мыслей. 8 секунд – это фильтр, который помогает им обрабатывать больше данных. Как следствие – необходимо создавать четко структурированный, понятный и красиво визуализированный контент во всем медиа-пространстве профсоюзной организации.

Самыми популярными социальными сетями для российских студентов являются «ВКонтакте» и «Instagram», именно в них ведется активная информационная работа, причем особое внимание обращается к визуальной составляющей. Причина проста: человеческий мозг лучше воспринимает картинки. Визуальный контент приносит на 94% больше просмотров, чем текстовый, и обрабатывается в 60 000 раз быстрее. Поэтому за последний год практически все публикации в группе ППО «ВКонтакте» и на странице в «Instagram» оформлены с применением специальных шаблонов для различных подразделений. С их помощью привлекается внимание читателя, увеличивается охват и возрастает вовлеченность.

Также была разработана стратегия по использованию прайминга – одного из принципов психологии визуального восприятия. Благодаря ему у большинства студентов и обучающихся ППО ассоциируется с синим цветом. Достигается это путём акцентирования внимания на определенных словах, лозунгах, цветовой гамме.

В последнее время ППО развивается в направлении создания ми-

кро-контента. Данная стратегия внедряется для более легкого восприятия студентами информации и устранения информационной «перегрузки». Контент может быть разным, но в его постинге должны наблюдаться закономерности. Также должны быть созданы хэштеги, по которым можно не только узнать Профсоюзную организацию, но и привлечь новую аудиторию.

Создание уникального контента играет важнейшую роль в информационной работе ППО. С 1 июня 2018 года во «ВКонтакте» работает специальный алгоритм защиты уникального контента – «Немезида», благодаря которому в автоматическом режиме идет поиск повторяющихся публикаций. Каждый пользователь социальной сети может пожаловаться на украденные записи, приложив ссылку на оригинальную. Этим также объясняется стратегия создания микро-контента.

ОБЩЕРОССИЙСКИЙ ПРОФЕССИОНАЛЬНЫЙ СОЮЗ РАБОТНИКОВ НЕФТЯНОЙ, ГАЗОВОЙ ОТРАСЛЕЙ ПРОМЫШЛЕННОСТИ И СТРОИТЕЛЬСТВА РОССИЙСКИЙ СОВЕТ ПРОФСОЮЗА

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
30 ноября 2017 г. № V - 04 г. Москва

О Стратегии информационного развития Профсоюза

Заслушав и обсудив доклад об информационно-аналитической деятельности Нефтегазстройпрофсоюза России, Российский Совет профсоюза отмечает, что основной целью информационной деятельности Нефтегазстройпрофсоюза России является создание и развитие эффективной информационной системы, способствующей выполнению уставных целей по представительству и защите профессиональных, социально-трудовых прав и интересов членов Профсоюза.

Информационная работа, проводимая Профсоюзом с момента его образования, с каждым годом модернизировалась, применялись новые формы и методы – с 1997 года издается журнал «НГСП-информ», в 2001 году был запущен официальный вебсайт Профсоюза, с 2006 года в рамках создания глобальной единой информационной сети реализована система клон-сайтов структурных организаций Профсоюза, в 2006 году – к 100-летию Нефтегазстройпрофсоюза России был создан ещё один сайт – «Виртуальный музей». В ходе выполнения решений V Пленума Российского Совета профсоюза 2007 года и резолюции Всероссийской конференции Нефтегазстройпрофсоюза РФ 2008 года проводилась целенаправленная работа по созданию позитивного имиджа и совершенствованию информационной деятельности Профсоюза, укреплению его авторитета, популяризации идей, целей и задач. Также была поставлена задача по развитию информационного поля и информационной инфраструктуры профсоюза.

При решении указанных задач возникла необходимость консолидации действий структурных организаций Профсоюза в области информационной деятельности, что и явилось в 2008 году причиной принятия Стратегии информационного развития Нефтегазстройпрофсоюза РФ, в которой главной целью информационного развития Профсоюза было определено укрепление Профсоюза на основе единого информационного пространства, углубление процессов информационной обеспеченности профсоюзных организаций. Определенным прорывом в информационной работе явилось внедрение канала онлайн и аудио/видеосвязи для обеспечения связи с профсоюзными организациями (вебинары).

В 2010 году в резолюции V Съезда Профсоюза было заявлено, что главной целью информационно-аналитической деятельности Профсоюза на предстоящий период является создание эффективной системы обеспечения прав членов Профсоюза на свободное получение, распространение и использование информации, расширение прямой и обратной связи профорганов с рядовыми членами Профсоюза. На VII Съезде Нефтегазстройпрофсоюза России было отмечено, что активное продвижение целей и задач Профсоюза, развитие системы оперативного обмена информацией между профсоюзными организациями для обеспечения эффективного взаимодействия с социальными партнерами, формирование общественного мнения по основным вопросам защиты социально-трудовых прав членов Профсоюза стали важнейшими в постановке информационно-аналитической работы в Профсоюзе. С 2017 года выходят и рассылаются в электронном виде в структурные организации Профсоюза еженедельные дайджесты «Основные события» («Ласточка») и «Обзор СМИ», созданы странички Нефтегазстройпрофсоюза России в основных социальных сетях и т. д.

Во исполнение Плана мероприятий Российского Совета профсоюза по реализации Основных направлений деятельности Общероссийского профессионального союза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства на период 2016-2020 годы в области информационно-аналитической деятельности наряду с другими задачами стал осуществляться комплекс мер по расширению и развитию системы общего информационного поля Профсоюза с использованием новых технологий, интегрирование его в общественно-политическое информационное пространство.

Для развития представительства Профсоюза в сети Интернет разрабатываются и внедряются новые интерактивные средства внутрипрофсоюзной коммуникации, в том числе возможности социальных сетей и интернет-телевидения. Роль и значение информационной деятельности во всех сферах жизни общества возрастает. 2017 год объявлен Федерацией Независимых Профсоюзов России «Годом профсоюзной информации». Все перечисленное выше свидетельствует о том, что вновь назрела необходимость внесения изменений в методы и формы информационной работы в Профсоюзе.

В целях дальнейшей поэтапной реализации Стратегии информационного развития Профсоюза Российский Совет профсоюза

ПОСТАНОВЛЯЕТ:

1. Считать дальнейшую модернизацию системы единого информационного пространства Нефтегазстройпрофсоюза России одним из главных

приоритетов информационно-аналитической деятельности Профсоюза.

2. Профсоюзным организациям всех уровней: активизировать работу по сбору и анализу информации, связанной с профсоюзной деятельностью; постоянно повышать качество информационного контента о деятельности своей организации; усилить работу по размещению собственного контента на доступных информационных площадках; активно взаимодействовать со СМИ и лидерами общественного мнения; планировать свою информационную деятельность на основе краткосрочных и долгосрочных медиапланов; разрабатывать свои методические и обучающие материалы.

3. Руководству Профсоюза:

- использовать комплексный подход к модернизации единого информационного пространства Профсоюза с одновременным использованием различных видов средств массовой коммуникации – газеты, журналы, радио, телевидение, Интернет, социальные сети, прочие;
- осуществлять широкое и активное взаимодействие со СМИ с одновременным использованием различных уровней средств массовой коммуникации – профильные, местные, региональные, федеральные, международные, прочие;
- интегрировать информационные ресурсы структурных подразделений Профсоюза в единое информационное пространство Нефтегазстройпрофсоюза России в целях создания условий для качественного и эффективного взаимодействия участников информационно-аналитической деятельности и обеспечения членов Профсоюза и представителей других целевых аудиторий необходимой информацией;
- вести в действие единую систему новостного мониторинга; продолжить создание единой системы организационных, нормативно методических, образовательных мероприятий, обеспечивающих качественное выполнение заявленных целей и задач;
- использовать для реализации информационной деятельности Нефтегазстройпрофсоюза России как собственные, так и привлеченные средства массовой коммуникации;
- организовывать обучение и обмен опытом для ответственных за информационную работу, в том числе создание и функционирование системы дистанционного повышения квалификации работников с использованием информационных технологий и средств связи.

4. Президиуму Российского Совета профсоюза утвердить план реализации настоящего постановления

**Приложение № 1
к постановлению Президиума
Российского Совета профсоюза
от 18 апреля 2018 г. № 13 - 01/3 - 02**

**Стандарт информационно-аналитической работы в
Нефтегазстройпрофсоюзе России**

1. Наличие информационного подразделения (пресс-службы, отдела, пресс-секретаря).
2. Мониторинг информационных ресурсов структурных организаций Профсоюза для формирования соответствующей базы данных (ежегодно).
3. Рассылка в структурные организации информационных сообщений, разъясняющих официальную позицию Нефтегазстройпрофсоюза России (еженедельная электронная газета «Ласточка»).
4. Обновление новостей на официальном сайте Профсоюза (не реже одного раза в день). Актуализация сайта (по необходимости).
5. Участие в информационно-пропагандистских мероприятиях, проводимых ФНПР.
6. Регулярное участие в конкурсах, проводимых ФНПР.
7. Организация конкурсов Профсоюза по информационно-аналитической работе для структурных организаций (не реже одного раза в год).
8. Взаимодействие с федеральными, ведомственными, корпоративными, многотиражными средствами массовой информации, включая электронные СМИ.
9. Взаимодействие с департаментом общественных связей ФНПР: направление информации о деятельности Нефтегазстройпрофсоюза России в газету «Солидарность», на сайт ФНПР.
10. Оценка эффективности информационно-аналитической работы аппарата Нефтегазстройпрофсоюза России (на основе ежемесячного отчета).
11. Проведение обучающих семинаров, разработка методических рекомендаций для структурных организаций Профсоюза по информационно-аналитической работе.
12. Организация пресс-конференций, брифингов представителей Нефтегазстройпрофсоюза России по актуальным вопросам деятельности с участием СМИ (по необходимости).

**Приложение № 2
к постановлению Президиума
Российского Совета профсоюза
от 18 апреля 2018 г. № 13 - 01/3 - 02**

**Стандарт информационно-аналитической работы
в структурных организациях Нефтегазстройпрофсоюза России**

1. Наличие информационного подразделения (пресс-службы, отдела, пресс-секретаря, ответственного за информационную работу).
2. Распространение среди членов Профсоюза информации, направляемой из Нефтегазстройпрофсоюза России.
3. Направление информационных сообщений в Нефтегазстройпрофсоюз России о событиях, мероприятиях, которые требуют освещения на федеральном уровне (по необходимости, но не реже одного раза в месяц).
4. Регулярное участие в обучающих семинарах, конкурсах Профсоюза по информационно-аналитической работе.

**Приложение к постановлению
Российского Совета профсоюза
от 17 ноября 2016 г. № III - 01**

**ПЛАН МЕРОПРИЯТИЙ
Российского Совета профсоюза
по реализации Основных направлений деятельности
Общероссийского профессионального союза работников нефтяной, газовой
отраслей промышленности и строительства на период 2016-2020 годов**

В области информационно-аналитической деятельности

Мероприятия	Сроки выполнения
Усилить информационное взаимодействие между структурными организациями Профсоюза, с ФНПР, с профсоюзами, входящими в Ассоциацию профсоюзов базовых отраслей промышленности и строительства Российской Федерации, с другими организациями профсоюзов, в том числе и международными, отраслевыми объединениями работодателей, с органами исполнительной и законодательной власти для продвижения целей и задач Профсоюза на различных уровнях.	В течение всего периода
Распространить практический опыт решения социально- трудовых вопросов наемных работников с целью популяризации идей профсоюзного движения.	В течение всего периода
Освещать в средствах массовой информации деятельности и достижения Профсоюза в сфере защиты социально-трудовых прав членов Профсоюза, максимально используя возможности государственных, муниципальных, корпоративных и иных СМИ.	В течение всего периода
Проводить регулярные онлайн вебинары по различным направлениям деятельности профсоюза.	В течение всего периода ежеквартально

Изучать и анализировать социальные процессы в трудовых коллективах организаций нефтегазового комплекса, выявлять проблемы социально-трудового характера и определять пути их решения.	В течение всего периода
Расширять и развивать систему общего информационного поля Профсоюза с использованием новых технологий, интегрировать его в общественно-политическое информационное пространство.	В течение всего периода
Укреплять материальную базу профсоюзных организаций всех уровней современными техническими средствами обмена информацией.	В течение всего периода
Развивать и совершенствовать процесс подготовки квалифицированных профсоюзных кадров и актива структурных организаций Профсоюза, ответственных за информационно- аналитическую деятельность с использованием различного рода семинаров и других обучающих технологий.	В течение всего периода ежегодно
Проводить на всех уровнях профсоюзной структуры смотры и конкурсы по различным направлениям информационно- аналитической деятельности Профсоюза, участвовать в конкурсах ФНПР по информационной работе, в том числе конкурсе профсоюзных изданий.	В течение всего периода ежегодно
Развивать и совершенствовать сайт Профсоюза, оптимизировать навигацию и поиск информации, создавать новые разделы и сервисы сайта.	В течение всего периода

Увеличивать аудиторию, актуализировать содержание журнала «НГСП информ», регулярно выпускать приложения к нему, повышать качество его полиграфического исполнения, развивать онлайн версию журнала	В течение всего периода
Развивать издательскую деятельность Профсоюза, разрабатывать и выпускать презентационную, имиджевую и представительскую продукцию - листовки, плакаты, буклеты, брошюры, книги, аудио и видео материалы.	В течение всего периода
Проводить социологические исследования и опросы членов Профсоюза по актуальным проблемам профсоюзной деятельности.	В течение всего периода
Анализировать и обобщать информацию по наиболее значимым и важным проблемам обеспечения защиты социально- трудовых прав членов Профсоюза: выпускать и размещать обзоры (дайджесты) центральных и региональных СМИ по профсоюзной и отраслевой тематике.	В течение всего периода
Разрабатывать и внедрять новые интерактивные средства внутрипрофсоюзной коммуникации, в том числе возможности интерактивного телевидения «Ютуб канал.	В течение всего периода

**Методические рекомендации
по подготовке заявок на Конкурс Нефтегазпрофсоюза России
«Лучшая первичная (объединенная первичная) профсоюзная организация
Нефтегазстройпрофсоюза России по ведению информационной работы»**

Введение

14 ноября 2018 года Президиум Российского Совета профсоюза утвердил Положение о конкурсе «Лучшая первичная (объединенная первичная) профсоюзная организация Нефтегазстройпрофсоюза России по ведению информационной работы».

В соответствии с этим Положением по итогам 2018 года на I Конкурс поступило 27 заявок: 3 на первую номинацию, 7 – на вторую, 6 – на третью и 11 – на четвертую.

Настоящая рекомендация разработана в связи с тем, что поступившие заявки оформлены в разном формате и не всегда содержат всю информацию, определенную Положением о Конкурсе, что крайне затрудняет объективную оценку представленных материалов.

Рекомендации общего характера

Заявки возможно подавать как на бумажном носителе, так и в электронном виде.

Не следует использовать формат анимированных презентаций.

Заявку в электронном виде по всем разделам рекомендуется подавать одним файлом.

Копии публикаций в СМИ, материалов стендов, печатной агитационной продукции на бумажном носителе должны быть читабельны.

Копии публикаций в СМИ должны представлять собой только статьи, заметки и т. д., заявленные на конкурс, а не издание целиком, в котором опубликован материал.

Рекомендации по названию файлов

Название ППО/ОППО номер и название раздела

Например:

ОППО «Нефтегазстрой» 1 Информационный стенд

ОППО «Нефтегазстрой» 2 Печатная агитационная продукция

ОППО «Нефтегазстрой» 3 Интернет-ресурс

Содержание материалов заявки

1	Информационный стенд	Цветные фотографии стенда хорошего качества, скан-копии материалов, размещаемых на стенде, справка о месте расположения стенда, его основных разделах, частоте обновления информации.
2	Печатная агитпродукция	Скан-копии печатной продукции, её краткое описание: дата издания, тираж, способ распространения.
3	Интернет-ресурс	Ссылка на интернет-ресурс (собственный сайт, страницу на сайте предприятия). В сопроводительной записке указывается дата создания интернет-ресурса, частота обновления, разделы сайта, количество уникальных посетителей в среднем в месяц за год.
4	Страница в соцсети	В сопроводительной записке со ссылкой на страницы в социальных сетях указывается дата создания, периодичность обновления, число участников и подписчиков, количество лайков, репостов и комментариев за год.
5	Презентационная продукция	Цветные фотографии презентационной продукции (ручки, блокноты, сувениры и т. д.). Краткое описание продукции (дата выпуска, тираж, способ распространения, целевая аудитория).
6	Публикация региональных, корпоративных СМИ, включая электронные	Список публикаций: дата публикации, название СМИ, тираж СМИ, название публикации, тема публикации, финансовые затраты (в случае наличия). Скан-копии опубликованных материалов в читабельном виде.
7	Видеоролик	Видеоролик на электронном носителе или ссылка на скачивание. В сопроводительной записке указывается тематика и продолжительность видеоролика, дата и информационный повод для его создания, способ использования и распространения, целевая аудитория.

8	Информационный проект	Предоставляется описание информационной работы по конкретной задаче, которая решалась с помощью информационных ресурсов.
9	Авторский материал	Скан-копия интервью, репортажа, статьи, подготовленных членом Профсоюза с указанием названия СМИ, его тиража, заголовка и темы публикации.

Образец заявки

Заявка ОППО «Нефтегазстрой»

на Конкурс Нефтегазпрофсоюза России
«Лучшая первичная (объединенная первичная) профсоюзная организация Нефтегазстройпрофсоюза России по ведению информационной работы»

2019

Иванов Иван Иванович
+7 123 45 67
ivaniov@mail.ru

1. Информационный стенд

Стенды расположены во всех цехах предприятия – 10 штук.
На стендах размещена следующая информация: контакты профкома, новости профсоюза, объявления о мероприятиях.
Информация на стендах обновляется еженедельно.
Фото стенда прилагаются.

2. Печатная агитпродукция

Издана следующая агитпродукция:

1. Справочник профсоюзного активиста, издан 01.01.2019, тираж 100 экз.
 2. Памятка профсоюзного активиста, издана 01.01.2019, тираж 100 экз.
 3. Сборник «вопросы-ответы», издан 01.01.2019, тираж 100 экз.
- Печатная агитпродукция распространяется среди членов профсоюза через председателей ППО.

3. Интернет-ресурс

ОППО «Нефтегазстрой» имеет собственный вебсайт www.neftegazstroy.ru, созданный 01.01.2019. На сайте размещена следующая ин-

формация: контакты профкома, новости профсоюза, объявления о мероприятиях. Информация на сайте обновляется раз в неделю. Среднемесячное (за год) количество уникальных посетителей сайта – 500.

4. Страница в соцсети

1. Фейсбук, создана 01.01.2019, 100 лайков, 50 репостов, 25 комментариев за год.

2. Инстаграм, создана 01.01.2019, 100 лайков, 50 репостов, 25 комментариев за год.

3. Вконтакте, создана 01.01.2019, 100 лайков, 50 репостов, 25 комментариев за год).

5. Презентационная продукция

Имеется следующая презентационная продукция:

1. Ручки, 100 экз, изготовлено 01.01.2019, распространяются среди членов профсоюза.

2. Блокноты, 100 экз, изготовлено 01.01.2019, распространяются среди членов профсоюза.

3. Календари, 100 экз, изготовлено 01.01.2019, распространяются среди членов профсоюза.

4. Бейсболки, 100 экз, изготовлено 01.01.2019, распространяются среди членов профсоюза.

6. Публикация в СМИ

В 2019 году опубликованы следующие материалы:

1. 01.01.2019, «Городские вести», 10000 экз. Профсоюз на страже интересов работника. Статья о коллективном договоре. Бесплатно.

2. 01.02.2019, «Заводские вести», 2500 экз. Профсоюз провел семинар. Статья о семинаре уполномоченных по охране труда. Бесплатно.

7. Видеоролик

В 2019 году к конференции трудового коллектива создан видеоролик о профсоюзной организации для показа на корпоративных мероприятиях и размещения на сайте и в соцсетях профсоюзной организации. Ролик подготовлен сотрудниками ОППО. Хронометраж – 5 минут. Электронный носитель с видеороликом (ссылка на скачивание) прилагается.

8. Информационный проект

Информационный проект «Мой профсоюз» направлен на доведение информации о работе ОППО до каждого члена профсоюза и представляет собой мобильное приложение, в котором содержится актуальная информация о работе ППО, контактные данные, новости, объявления, образцы заявок и тд.

9. Авторский материал

В 2019 году членами профсоюза подготовлены следующие инфор-

мационные продукты:

1. 01.05.2019. Статья в газете «Городские вести». Тираж 2500 тыс. «Почему я вступил в профсоюз» о мотивации вступления в профсоюз. Петр Петров, начальник смены.

2. 01.06.2019. Статья в газете «Заводские вести». тираж 5000 тыс. «Как профсоюз помог детям» о шефстве над детским домом. Иван Иванов, оператор товарный.

Сервисы для оценки качества текстов

1y.ru

Бета-версия анализатора качества контента. Анализ проводится на базе закона Ципфа*. Качество текста определяется на основании соответствия частоты употребления слов в естественной речи и тексте. Результат выдается в двух окнах: в одном – график, в другом – частота использования отдельных слов и рекомендации по корректировке.

Быстро, удобно, наглядно. Сервис не умеет анализировать тексты длиннее 5 тысяч слов.

istio.com

Сервис, который умеет анализировать текст по многим параметрам и искать орфографические ошибки. Функция проверки «водности», то есть слов, которые не несут полезной информации. Слова-паразиты, вводные фразы, шаблонные обороты – все это «вода». Некоторое ее количество есть в любом тексте, и само по себе это не является проблемой, но до определенного порога. Оптимальным считается показатель «водности» менее 30%, максимальный предел – 60%. Удобно и быстро. Вставляем текст, выбираем нужный параметр анализа, получаем результат. Не нужно вставлять текст всякий раз заново, если нужно проанализировать разные параметры.

Заодно с «водностью» сервис анализирует «тошноту», показывает наиболее часто используемые слова, адекватно определяет тематику текста.

pr-cy.ru

Анализатор текста по закону Ципфа с рекомендациями по коррекции частоты встречающихся слов. Наглядно, удобно, с таблицей соответствия и рекомендациями. Есть возможность анализировать текст со страницы сайта, просто указывая ссылку.

Предельный объем текста – 15 тысяч слов. Анализирует также «тошноту» текста.

textmarket.net

Сервис проверки «водности» и «тошноты» со встроенным текстовым редактором. «Водность» – это слова и обороты, которые не несут информационной нагрузки. «Тошнота» – это частота слов или фраз, употребляемых в тексте.

На уровень «тошноты» влияют и ключевые фразы, используемые в тексте для поисковой оптимизации, и любые другие повторяющиеся слова. По уровню «тошноты» судят о «натуральности» текста и уровне его опти-

мизации под поисковые запросы. Максимально допустимый коэффициент «тошноты» текста «для людей» 7%, оптимальный 4 – 6%.

На странице с анализатором даются развернутые объяснения понятий «водности» и «тошноты» текста и советы по трактовке полученных цифр. В анализаторе можно включить текстовый редактор с богатой функциональностью, так что можно заниматься редактированием и прочей работой над текстом, не покидая страницы. Размер поля ввода можно регулировать. Предоставляет информацию о количестве символов в тексте и пяти наиболее используемых словах.

text.ru

Сервис проверки текстов по многим параметрам, включая уникальность, проверку орфографии, выделение ключевых слов. Функция анализа «водности» и «спамности» (частоты употребления определенного слова или фразы). Также сервис полагает, что можно пореже использовать и другие слова, которые он выделил более светлой заливкой: «техническая», «смысловая», «текст». Сервис рекомендует заменить эти слова синонимами или вовсе от них избавиться, поработав над формулировками.

Дает развернутый анализ текста, выделяет часто употребляемые слова отдельно и в группы. По клику на кнопках «Подробнее» под результатами соответствующих проверок выделяет цветом те фрагменты в тексте, которые считает проблемными.

По клику на «?» предоставляет подробные определения каждого параметра в целом и относительно данного текста в частности.

contentmonster.ru

Сервис, осуществляющий поиск стоп-слов и подсчет их процентного соотношения к общей длине текста. Стоп-слова — это всё то, что не несет самостоятельной смысловой нагрузки, но без чего не бывает связных текстов: предлоги, частицы, междометия, причастия, союзы, а также некоторые наречия, существительные и глаголы.

Слишком большое количество таких слов затрудняет восприятие текста и увеличивает его «водность». Информативно и просто, по результатам проверки сервис показывает общий процент стоп-слов и подсвечивает их. Предельный объем текста – 10 тысяч символов.

test-the-text.ru

Сервис проверки текстов, написанных в информационном стиле, главными характеристиками которого являются четкость, предметность, объективность, лаконичность. Тексты, написанные в этом стиле, должны

нести полезную информацию и легко читаться. При помощи этого сервиса тексты проверяются на соответствие информационному стилю, а в качестве бонуса даются рекомендации по корректировке.

При клике на подсвеченных словах даются пояснения: что именно в этом фрагменте выглядит спорным, как можно перефразировать оборот, усилить аргументацию, конкретизировать «слабые» места. Попутно с анализом качества сервис подсчитывает и выделяет стоп-слова, причем очень придирчиво, с запасом.

glvrd.ru

Сервис проверки качества контента. Находит в текстах канцеляризмы (конструкты и словосочетания, характерные для официально-делового стиля, но не для литературной речи), выделяет «воду», отмечает перебор запятых и другие «некрасивости».

Никаких оценок сервис не дает, он лишь указывает на неудачные, с его точки зрения, обороты. Сервис подчеркивает фрагменты, которые, по его мнению, нуждаются в корректировке. По клику на слове дает обоснование, почему считает оборот неудачным, предлагает варианты замены и заметки на близкие темы.

quittance.ru

Сервис проверки стилистики текста. Определяет наличие тавтологий (необоснованных повторений, тождественных смысловых конструктов) и близко расположенных слов, сходных по смыслу или имеющих похожее звучание. Полезная возможность, если надо добиться максимального благозвучия текста. Помогает «причесать» текст после долгой работы над ним, когда глаз «замыливается». Не всегда очевидно, какие из подсвеченных слов коррелируют между собой. Нет возможности растянуть поле ввода и увидеть весь текст без скроллинга.

*Закон Ципфа — эмпирическая закономерность распределения частоты слов естественного языка: если все слова язык, (или просто достаточно длинного текста) упорядочить по убыванию частоты их использования, то частота n -го слова в таком списке окажется приблизительно обратно пропорциональной его порядковому номеру n (так называемому рангу этого слова, см. шкала порядка). Например, второе по используемости слово встречается примерно в два раза реже, чем первое, третье — в три раза реже, чем первое, и так далее.

УЧАСТНИКИ

1	Иванова Лариса Станиславовна	Волгоградская территориальная организация. Секретарь руководителя ВТО
2	Усачева Елена Юрьевна	Волгоградская территориальная организация. Председатель ППО АО «Волтайр-Пром»
3	Носов Иван Николаевич	Саратовская областная организация. Ответственный за информационную работу в ССО
4	Развозжаева Маргарита Михайловна	Саратовская областная организация. Ведущий инженер по организации и нормированию труда отдела планирования, организации труда и заработной платы ООО «Газпром энерго» Саратовский филиал, председатель ППО «Газпром энерго профсоюз – Саратовский филиал»
5	Бахтияров Альберт Динусович	Татарстанская республиканская организация. Председатель ОППО АО «Транснефть-Прикамье»
6	Филипов Антон Викторович	ОППО АО «Транснефть-Прикамье». Ответственный за информационную работу в Удмуртском РНУ, председатель ППО УРНУ
7	Басов Александр Иванович	ОППО АО «Транснефть-Прикамье». Ответственный за информационную работу в Пермском РНУ, председатель ППО ПРНУ
8	Сабитов Эрик Робертович	Заместитель председателя Студенческого профкома ППО РГУ нефти и газа (НИУ) имени И. М. Губкина по информационному направлению.
9	Мехеда Дарья Михайловна	Председатель ППО «НОВАТЭК-Север»
10	Крикун Ирина Леонидовна	МПО «НК «Роснефть». Специалист по информационной работе аппарата МПО «НК «Роснефть»

11	Забродина Анастасия Федоровна	МПО «НК «Роснефть». ОППО АО «Ангарская нефтехимическая компания»
12	Шелковникова Оксана Ивановна	МПО «НК «Роснефть». Председатель ППО АО «Воронежнефтепродукт»
13	Кочеткова Елена Владимировна	МПО ПАО «НК «Роснефть». Специалист по организационной работе (ответственная за информационную работу) ППО ОАО «Сызранский НПЗ»
14	Лебедева Галина Александровна	МПО ПАО «НК «Роснефть». Ведущий специалист ППО АО «Самотлорнефтегаз»
15	Байзигитов Альмир Мажитович	Республиканская организация Башкортостана. Председатель ОППО АО «Башнефтегеофизика»
16	Заенчковский Владимир Каземирович	Сургутская районная организация Профсоюза. Пресс-секретарь Сургутской районной организации Профсоюза
17	Первухина Елена Семеновна	Сургутская районная организация Профсоюза Редактор газеты «Нефтяной профиль» ОППО ПАО «Сургутнефтегаз»
18	Хайретдинова Марина Юрьевна	Сургутская районная организация Профсоюза. Специалист 1 категории ОППО ПАО «Сургутнефтегаз»
19	Садыков Ринат Сергеевич	Сургутская районная организация Профсоюза. Ведущий специалист по информационно-аналитической работе ОППО «Газпром трансгаз Сургут профсоюз»
20	Полосухина Светлана Табрисовна	Член комиссии по информационной работе ППО «Газпром энерго профсоюз – Уренгойский филиал»
21	Колесников Алексей Викторович	Член комиссии по информационной работе Заполярного управления энергоснабжения ППО «Газпром энерго профсоюз-Уренгойский филиал»

22	Мельникова Любовь Николаевна	Начальник управления «Корпоративные коммуникации» ООО «СИБУР Тобольск»
23	Габдракипова Венера Венеровна	Председатель комиссии по информационной работе ППО «Новоуренгойский газохимический комплекс Профсоюз»
24	Героян Евгений Валерьевич	Фотокорреспондент учреждения по культуре ППО «Газпром добыча Ямбург профсоюз»
25	Воронова Вероника Александровна	Председатель ППО ОАО филиала ОАО «Газпром газораспределение Воронеж» – Подземметаллзащита
26	Ванюшкина Людмила Алексеевна	МПО ПАО «ЛУКОЙЛ». Ведущий специалист по работе со СМИ ТПО ООО «Лукойл-Западная Сибирь»
27	Гараев Роберт Рифович	МПО ПАО «ЛУКОЙЛ». Председатель ППО Западно – Сибирского филиала ООО «Буровая компания «Евразия»
28	Мишагина Виктория Федоровна	МПО ПАО «ЛУКОЙЛ». Профгруппорг направления разработки ОППО ООО «ЛУКОЙЛ-Инжиниринг»
29	Свяцкевич Ирина Юрьевна	МПО ПАО «ЛУКОЙЛ». Председатель цехового комитета Тюменского региона ОППО ООО «ЛУКОЙЛ-Инжиниринг»
30	Берёзкин Сергей Васильевич	Тюменская областная организация Председатель Мегионской объединенной профсоюзной организации
31	Шабалина Елена Викторовна	Председатель ОППО ОАО «Газпром газораспределение Киров»

32	Язева Вера Витальевна	МПО «СИБУР Профсоюз». Руководитель направления Информационная работа МПО «СИБУР Профсоюз»
33	Лёвушкина Екатерина Юрьевна	МПО «СИБУР Профсоюз». Специалист по информационной работе ППО АО «СибурТюменьГаз»
34	Фадеичев Павел Александрович	МПО «Газпром Профсоюз». Ответственный секретарь аппарата МПО «Газпром профсоюз»
35	Горюнова Анна Владимировна	Председатель ППО ООО «СИБУР-Тобольск»
36	Ковальчук Елена Геннадьевна	Специалист по информационной работе ППО ООО «СИБУР Тобольск»
37	Шаймуратова Юлия Фаритовна	Эксперт управления «Корпоративные коммуникации» ООО «СИБУР Тобольск»
38	Пудов Пётр Александрович	Эксперт управления «Корпоративные коммуникации» ООО «СИБУР Тобольск»
39	Кирьянов Евгений Николаевич	Председатель ОППО АО «Транснефть-Сибирь»
40	Ибрагимов Вагиз Римович	Специалист по социально-экономической защите и информационно-аналитической работе МПО ПАО «Татнефть»

**ПРОГРАММА СЕМИНАРА
«ИНФОРМАЦИОННАЯ РАБОТА НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗА РОССИИ:
ПРОБЛЕМЫ И РЕШЕНИЯ»**

1 АПРЕЛЯ | ПОНЕДЕЛЬНИК

с 14.00	Заезд, встреча, размещение в гостинице
17.00 — 21.00	Ужин для участников семинара, проживающих в гостинице

2 АПРЕЛЯ | ВТОРНИК

7.00 — 9.00	Завтрак для участников семинара, проживающих в гостинице
8.30 — 9.00	РЕГИСТРАЦИЯ УЧАСТНИКОВ СЕМИНАРА
9.00 — 10.00	<p>Открытие семинара Зотов Владислав Владимирович, заместитель Председателя Профсоюза</p> <p>Горюнова Анна Владимировна, председатель ППО ООО «СИБУР-Тобольск»</p> <p>Кивацкий Михаил Николаевич, председатель областного Союза «Тюменское межрегиональное объединение организаций профсоюзов «Тюменский облсовпроф»</p> <p>Фадеичев Павел Александрович, председатель постоянной комиссии Российского Совета профсоюза по информационно-аналитической работе, ответственный секретарь МПО «Газпром Профсоюз»</p>
10.00 — 11.00	<p>Представление участников семинара. Выявление ожиданий. Модератор - Зотов Владислав Владимирович, заместитель председателя Профсоюза</p>

11.00 — 11.30	Кофе брейк
11.30 — 12.15	<p>Лекция: «Информационная работа Союза «Тюменское межрегиональное объединение организаций профсоюзов «Тюменский облсовпроф», в том числе, взаимодействие со структурными организациями Нефтегазстройпрофсоюза России, расположенными на территории Тюменской области»</p> <p>Эксперт – Мехрякова Оксана Викторовна, руководитель информационного сектора аппарата ТМООП</p>
16.30 — 18.00	<p>«Информационное взаимодействие профсоюзов, входящих в Ассоциацию профсоюзов базовых отраслей промышленности и строительства РФ»</p> <p>Лекция: «Информационное обеспечение деятельности общественной организации «Всероссийский Электропрофсоюз» и коммуникации со структурами разного уровня: опыт, практика, решения»</p> <p>Эксперт – Ягилева Галина Анатольевна, руководитель департамента информационного обеспечения аппарата Общественной организации «Всероссийский Электропрофсоюз»</p>
13.00 — 14.00	Обед
15.30 — 16.00	Кофе брейк

18.00 — 21.00	Товарищеский ужин для участников семинара
---------------	---

3 АПРЕЛЯ | СРЕДА

7.00 — 9.00	Завтрак для участников Семинара, проживающих в гостинице
9.00 — 11.00	Посещение производственных объектов ООО «СИБУР-Тобольск» и смотровой площадки ООО «ЗапСибНефтехим»
11.00 — 12.00	<p>Тема: «Информационная работа в МПО «СИБУР Профсоюз»</p> <p>Обмен мнениями и практиками работы МПО «СИБУР Профсоюз»</p>
12.00 — 13.00	<p>«Организация Информационной работы в первичных профсоюзных организациях, входящих в состав МПО «СИБУР Профсоюз»</p> <p>Докладчики: Язева Вера Витальевна, руководитель направления Информационная работа МПО «СИБУР – Профсоюз»</p> <p>Горюнова Анна Владимировна, председатель первичной профсоюзной организации ООО «СИБУР – Тобольск»</p>
13.00 — 14.00	Обед

14.00 — 16.00	Посещение социальных объектов ООО «СИБУР-Тобольск» и ООО «ЗапСибНефтехим»
16.00 — 19.00	Экскурсионная программа: обзорная экскурсия по г. Тобольск с посещением отдельных объектов
19.00 — 20.00	Ужин для участников семинара, проживающих в гостинице

4 АПРЕЛЯ | ЧЕТВЕРГ

7.00 — 9.00	Завтрак для участников семинара, проживающих в гостинице
9.00 — 10.00	Тема: «Содержание, стиль и формат информационных сообщений» Лекция: «Новости структурных организаций: анализ, комментарии, рекомендации, пожелания» Эксперт- Долгов Дмитрий Михайлович , пресс-секретарь Профсоюза
10.00 — 11.00	Лекция: Подготовка фотографий для использования в профсоюзной информационной работе Эксперт – Героян Евгений Валерьевич , член комиссии по организационно-профсоюзной и информационной работе ППО «Газпром добыча Ямбург профсоюз»
11.00 — 11.30	Кофе брейк
11.30- 12.30	Тема: «Профсоюзная информация в социальных сетях» Лекция: «Группы профсоюзных организаций в социальных сетях: ведение, оформление, продвижение» Удаленно, в он-лайн режиме Эксперт – Соболева Ирина Олеговна , сотрудник аппарата Федерации профсоюзов Челябинской области, специалист в области «Психология рекламы», администратор групп «Профмотиватор» в социальных сетях, победитель конкурса газеты «Солидарность» «Профсоюзный авангард – 2017» в номинации «Новация»

12.30- 13.00	Лекция: «Социальные сети Рунета, мессенджеры и их новые возможности» Удаленно, в он-лайн режиме Эксперт – Лодыгин Дмитрий Алексеевич , SMM-специалист
13.00 — 14.00	Обед
14.00-14.45	Тема: «Что нужно знать, когда готовишь профсоюзную информацию» Лекция: «Написать так, чтобы прочитали. Секреты хорошего текста» Эксперт – Романовская Светлана Николаевна , журналист-редактор
14.45-15.30	Практическая работа по созданию материалов для журнала «НГСП-информ» (подготовка, редактирование, работа над ошибками) Модератор – Романовская Светлана Николаевна , журналист-редактор
15.30 — 16.00	Кофе брейк
16.00-17.00	Обмен мнениями и практиками работы Модератор – Альшанова Инна Анатольевна , ведущий специалист отдела информационной работы и развития внешних связей аппарата Профсоюза
17.00-17.30	Подведение итогов, закрытие семинара Долгов Дмитрий Михайлович , пресс-секретарь Профсоюза
19.00 — 20.00	Ужин для участников семинара, проживающих в гостинице

5 АПРЕЛЯ | ПЯТНИЦА

07.00 -09.00 Завтрак для участников семинара, проживающих в гостинице

до 12:00 **Отъезд участников семинара**



НЕФТЕГАЗСТРОЙПРОФСОЮЗ РОССИИ