******

Информационная работа – это комплекс организационных, изда­тельских, технических, исследовательских и других мероприятий, направленных на объективное и полное отражение деятельности Профсоюза в современных условиях, проводимой им работе по защите социально-экономических прав работников и обучающих­ся, популяризации профсоюзных идей,

созданию положительного имиджа и усилению мотивации профсоюзного членства

|  |  |
| --- | --- |
| **Задачи Информационной ра­боты:** | **Информировать**  **Мотивировать**  **Создавать имидж**  **Координировать действия** |

**Первая задача:**

**информирование членов Профсоюза**

**о том, что для них сделано, иначе говоря, на что потрачены их взносы**

Информируйте – о результатах и достижениях, правах и возмож­ностях, профсоюзном представительстве и контроле, о решении со­циально-бытовых проблем, о том, что профсоюз сделал вчера и что будет делать завтра.

**Вторая задача:**

**вовлечение в Профсоюз новых людей**

****

Всей своей работой мы должны мотивировать вступить в Профсоюз и принимать активное участие в работе первичной профорганиза­ции, мотивировать оставаться в профорганизации. Не так давно ни у кого не возникало вопроса «Зачем нужен про­фсоюз?». Сегодня ситуация изменилась. В этом есть плюсы, есть и минусы.

Не стало у профсоюза средств соцстраха, зато раньше про­тестного солидарного движения и представить было невозможно. Се­годня мы защищаем работников в суде, отстаиваем каждый пункт со­глашения и коллективного договора. Кто проследит за компенсацией вредных условий труда? Кто проверит правильность начисления зара­ботной платы? Кто займётся отдыхом и оздоровлением работников? Кого вообще сегодня волнуют чьи-то проблемы? Только обществен­ные организации, самая крупная и опытная из которых - ПРОФСО­ЮЗ. Вот видите, сколько всего полезного можно рассказать о профсо­юзе даже в самых общих чертах. А если добавить к этому конкретные достижения вашего трудового коллектива, то и вопрос «Зачем нужен профсоюз?» будет звучать реже.

А чтобы мотивировать, мы должны заинтересовать собой. Просто так нам деньги в виде взносов отдавать не будут!

**Третья задача: создавать и поддерживать положительный имидж и репутацию Профсоюза в целом и каждой организации конкретно.**



**КАК?** Через нашу работу и результаты. Для работников образо­вания – это миллионы рублей, ежегодно возвращаемые в результате вмешательства профсоюзных юристов, оказание материальной без­возмездной помощи, предоставление беспроцентных ссуд, возмож­ность приобрести льготную санаторно-курортную путёвку, получить низкопроцентный заём в КПК, увеличить размер пенсии (у нас есть свой отраслевой НПФ «Образование и наука»). Давайте не будем за­бывать про значимые поправки в трудовое законодательство и право­вые акты по оплате труда, закон «Об образовании», порядок аттеста­ции педагогических работников и многое, многое другое.

Задача создания имиджа и репутации, к сожалению, часто недо­оценивается нашими председателями. Иногда сталкиваемся с такой позицией: «А что нам даёт членство в ФНПР? Проблемы решаем в первичке или в крайкоме». Такая позиция ошибочна. Притчу про ве­ник все знаем. А ещё вдобавок к притче давайте вспомним: кто на­деляет вас полномочиями выступать от лица трудового коллектива? – ЗАКОН. А кто его написал и «пробил» в него те условия, которые дают нам право делать то, что мы делаем? – депутаты Государствен­ной Думы, лояльные к профсоюзам. Кто обеспечивает наличие таких депутатов? – ФНПР – организация, насчитывающая 20 млн членов, с которой считаются на уровне Правительства и Президента.

Кто говорит от лица работников на уровне Министерств? Цен­тральные Советы и комитеты отраслевых Профсоюзов. Может одна первичка что-то сделать на законодательном уровне? – НЕТ. А тысячи первичек? – как видим, делают! И как раз для этого отчисляют свои проценты наверх.

Поэтому вы должны донести до своих коллег, что все мы являемся частью огромной организации, и в этом – наша сила. Но и мы должны вкладываться в организацию, а не только брать и требовать.

Как первичка может способствовать созданию положительного имиджа Профсоюза? Представьте себе, что слово «профсоюз» в кон­тексте «добился, защитил, вступился, помог, провёл, организовал» звучит в информационном поле постоянно. И тогда не надо будет как-то по-особому завлекать в Профсоюз – сами будут приходить.

**Четвёртая задача:**

**координация профсоюзных сил**

**Что такое солидарность?**

Это поддержка маленькой первички на всех уровнях. Согласитесь, когда за первичкой сто­ит двадцатимиллионная структура, то жить и работать становится веселей. Что мы можем? Организовать кампанию солидарности. Это акция организованного, прицельного и многоуровневого давления на власть и работодателей.

Вспомните нашу общую работу по работе над принятием ФЗ «Об образовании в РФ» или Трудового кодекса РФ?!

Многие положения законов в интересах работников образования удалось принять только благодаря ЕДИНСТВУ действий всех отраслевых профсоюзов страны!

******

******

**Инструменты**

**и источники**

**информационной**

**работы**

|  |  |
| --- | --- |
| **Инструменты. Источники** | **Стенды**  **Наглядная агитация**  **Собрания**  **Сайт организации**  **СМИ** |

***Направления информационной работы в первичной профсоюзной организации:***



- обеспечение информирования членов Профсоюза о своей деятельности и важнейших направлениях работы вышестоящих профсоюзных органов;

- обеспечение наличия профсоюзного стенда (профсоюзного уголка) с регулярным обновлением, используя материалы газет, интернет-сайтов и иных профсоюзных СМИ, а также информационные материалы, поступающие из территориальных, межрегиональных организаций Профсоюза;

- использование мероприятий, проводимых как работодателем, так и профорганизацией, для информирования членов Профсоюза и всего коллектива;

- организация подписки на центральную профсоюзную газету «Мой Профсоюз»;

- оперативное направление информации о работе организации, заслуживающую общественного внимания, в доступные средства массовой информации (региональные, профсоюзные, корпоративные) и территориальную, межрегиональную организацию Профсоюза;

- обеспечение выпуска (по возможности) собственной профсоюзной информационной продукции (информационных листков, бюллетеней и др.), ориентированной на рядового члена Профсоюза;



- при необходимости использование социальных сетей, региональные и федеральные интернет-форумы, другие площадки в Интернете для постоянного участия в дискуссиях о работе и роли профсоюза;

 - организация создания (по возможности) собственного сайта или профсоюзной странички на корпоративном сайте организации и обеспечивает регулярное обновление информации о текущей деятельности профорганизации, о вопросах заработной платы, занятости, условий труда, социально-трудовой тематике;

Чтобы быть в курсе профсо­юзных событий и мероприятий, необходимо регулярно посе­щать сайты Общероссийского Профсоюза образования ([www.eseur.ru](http://www.eseur.ru)), Сочинской городской организации Профсоюза (www. PROF-SOCHI.RU)

Хотя бы на пять минут, но каждый день!

Ведь этот глав­ный профсоюзный информаци­онный ресурс делают для вас, уважаемые коллеги!