**PR-деятельность Профсоюза.**

 Важным направлением деятельности Профсоюза является установление связи Профсоюза с его социальной средой: работниками — членами Профсоюза, трудовыми коллективами, общественностью, средствами массовой информации

 ***Основная цель профсоюзного пиара — обеспечить достоверность и гласность в освещении деятельности Профсоюза и тем самым создать благоприятную обстановку для своей работы***.

 

 Для того, чтобы эффективно сотрудничать с общественностью необходимо знать основы PR.

 \* PR должна довести до общественности, что Профсоюз в своей деятельности исходит, прежде всего, из интересов общества в целом и каждого его члена в отдельности.

 \* PR занимается и профилактикой возможных конфликтов и недоразумений с общественностью, борьбой с нежелательными слухами относительно Профсоюза и его деятельности.

 \* PR включает решение следующих задач:

 − формирование общественного мнения в интересах работников и профессионального союза, привлечение внимания к проблемам, решения которых добивается Профсоюз, разъяснение стратегических целей и задач профсоюзного движения, формирование устойчивого положительного отношения к Профсоюзу;

 − формирование имиджа Профсоюза, последовательно отстаивающего права членов Профсоюза на всех уровнях власти;

 − распространение информации о функционировании институтов социального партнерства, об организации и проведении коллективных действий, их целях, задачах и результатах.

 Для осуществления эффективной профсоюзной PR-деятельности необходимо проводить работу по двум направлениям:

 − работа со СМИ (центральными печатными изданиями, через web-сайт Профсоюза, информационными агентствами, радио, телевидением);

 − непосредственное информирование работников — членов Профсоюза, общественности о своей деятельности.

 В целях обеспечения стабильного положительного к себе отношения Профсоюз и его членские организации должны регулярно предоставлять средствам массовой информации различные информационные материалы. Их главной задачей является налаживание контактов со СМИ и влияние через них на общественность. Формируя свое отношение со СМИ, Профсоюзу необходимо определить четкую политику взаимодействия с ними.

 Эта политика предусматривает соблюдение следующих правил:

 − быть всегда доступной для контактов со СМИ;

 − предоставлять материалы для СМИ, на основе которых журналисты готовят публикации;

 − информацию для СМИ передавать заблаговременно, чтобы дать им возможность изучить и своевременно опубликовать ее;

− сообщения для СМИ должны быть точными, понятными, объективными, без преувеличений и искажений, и отвечать принятым нормам;

 − следует немедленно реагировать на ложные слухи, ошибочные факты и опровергать их.

 Представление информации о Профсоюзе в средствах массовой информации является своего рода рекламой Профсоюза, которая служит для привлечения внимания к себе, способствует целенаправленному распространению информации о целях, задачах и возможностях Профсоюза, создания ему популярности, привлечения к нему внимания новых членов Профсоюза.

 При любой возможности необходимо как можно шире рекламировать Профсоюз и те функции, которые он выполняет, сделать эту информацию доступной.

 Очень важно, чтобы информирование общественности и членов Профсоюза о деятельности общероссийского Профсоюза проходило при использовании различных форм работы. К ним можно отнести: выступления профлидеров с докладами на совещаниях при участии профсоюзного актива; организация различных встреч с общественностью; знакомство с информацией заседаний Президиумов, Пленумов, заседаний комитетов организаций Профсоюза (выполнение планов работ, ход выполнения коллективных договоров и принятых решений, коллективных акциях протеста) и т.д.

 Доведение объективной информации о деятельности Профсоюза до работников позволяет мотивировать их к вступлению в Профсоюз и способствует установлению более тесных связей с членами Профсоюза.

 В настоящее время информационное обеспечение деятельности Профсоюза и его структур строится на следующих четырех уровнях:

Первый уровень — ЦС Профсоюза работников образования РФ:

 − сотрудничает и поддерживает связи с ФНПР, отраслевыми профсоюзами, Ассоциациями, средствами массовой информации, Минздравсоцразвития России, общественными, правительственными и неправительственными структурами, органами законодательной власти;

 − организует выступления руководителей Профсоюза и ее региональных организаций в средствах массовой информации по наиболее актуальным вопросам деятельности общероссийского Профсоюза и его организаций;

 − осуществляет информационный обмен с Департаментом общественных связей ФНПР, пресс-центрами отраслевых профсоюзов;

 − поддерживает контакты и информационный обмен со средствами массовой информации, общественными и другими организациями;

− проводит пресс-конференции, селекторные совещания, в т.ч. с Ассоциацией профсоюзов работников непроизводственной сферы РФ, «прямые линии» в редакциях газет;

 − организует выступления руководителей Профсоюза по радио и телевидению;

 − участвует в заседании «круглых столов» с целью обмена информацией и оказания влияния на формирование общественного мнения в интересах Профсоюза;

 − издает газету «Мой Профсоюз»;

− информирует через СМИ, Интернет (web-сайт Профсоюза) широкую общественность о позиции и действиях ЦК Профсоюза;

 − оказывает консультативную помощь в организации работы в рамках единой информационной системы Профсоюза.

 Второй уровень — комитеты территориальных организаций Профсоюза (краевые и областные):

 − обеспечивают информационно-пропагандистскими материалами местные и первичные организации Профсоюза;

 − выпускают собственную печатную продукцию (газеты, информационные бюллетени); методические материалы по направлениям профсоюзной деятельности;

− сотрудничают с территориальными печатными изданиями, а также с центральными и региональными газетами и журналами;

 − информируют о своей деятельности членов Профсоюза и педагогическую общественность через СМИ, радио и телевизионные ресурсы;

 − проводят различные конкурсы «На лучшую постановку информационной работы», «Лучший информационный стенд», «На лучшую публикацию, посвященную профсоюзной жизни коллективов учреждений образования» ;

 − проводят массовые профсоюзные мероприятия пропагандистского характера (собрания, вечера, акции солидарности и т.д.) с использованием профсоюзной атрибутики;

 − занимаются изготовлением собственной продукции с использованием профсоюзной символики (плакаты, листовки, сувенирная продукция и др.);

 − организуют открытие web-сайта;

 − организуют обучение профсоюзного актива по данному направлению работы.

Третий уровень — комитеты местных организаций Профсоюза (районные и городские):

- координируют работу первичных организаций Профсоюза;

- организуются обучение профсоюзных кадров и актива;

 − обеспечивают сбор и передачу информации, поступающей из первичных организаций Профсоюза, в региональные комитеты Профсоюза;

 − осуществляют выпуск собственной печатной продукции;

 − занимаются техническим обеспечением;

− информируют местные СМИ о проводимых мероприятиях;

 − организуют и проводят смотры-конкурсы на лучшую постановку работы в первичных организациях Профсоюза;

− организуют открытие собственных web-сайтов

Четвертый уровень — первичные организации Профсоюза.

 − до сведения членов Профсоюза доводятся информационно- пропагандистские материалы;

 обеспечивается наглядность в работе первичной организации Профсоюза; проводится работа по участию в массовых профсоюзных мероприятиях пропагандистского характера;

− осуществляют выпуск собственной газеты или информационных листков;

- имеют профсоюзную страницу на сайте образовательной организации);

 − оформляют стенды и профсоюзные уголки с размещением полезной информации для своих членов Профсоюза;

 − проводят анкетирование среди членов Профсоюза для изучения их запросов и учета предложений;

 − участвуют в смотрах-конкурсах профсоюзных уголков;

 − сотрудничают с местными СМИ, приглашая журналистов на свои мероприятия для последующего освещения их в печати;

 − организуют участие членов Профсоюза в профсоюзных массовых мероприятиях.

