

Наступивший год Федерация Независимых Профсоюзов России посвятила профсоюзной информации. В том, что это решение правильное и своевременное, думаю, убеждать никого не надо. Сегодня ключевую роль в формировании общественного сознания играют именно средства массовой информации.

## Формирование положительного имиджа профсоюзов

Что такое СМИ для профсоюзов? История показывает, что средства массовой информации часто становятся созидющим фактором и центром общественной организации. Образование новой партии, возникновение нового общественного движения, как правило, начиналось с создания газеты или журнала как средства привлечения, сплочения их сторонников.

Примером может послужить история возникновения и развития российской социал-демократической рабочей партии (РСДРП), создание которой тесно связано с созданием газеты «Искра». Такие СМИ объединяли, организовывали и формировали идеологию своих читателей.

Появление и развитие профсоюзов также неразделимо со средствами массовой информации. Например, профсоюзная печать на территории нашей республики появилась практически одновременно с первыми профсоюзными организациями. Уже в 1906 году в Казани издавалась общественно-политическая газета «Дневник Казани», редактором которой был член Казанского Центрального нелегального Бюро профсоюзов Нелидов. Газета получала материальную поддержку от Казанских профсоюзных организаций и была объединяющим органом рабочих организаций и профсоюзов. Ее правопреемниками стали «Известия» Совета профсоюзов Казанского промышленного района, газета «Рабочий», журнал Татпрофсовета «Пролетарий Татарстана», газета «Красная Татария» и, наконец, газета «Профсоюзный вестник», которая в дальнейшем меняет свое название на «Новое слово», которую вы держите в руках.

Сегодня мы должны признать, что для многих людей профсоюзные СМИ – это практически единственная связь с миром профсоюзов. Поэтому основная цель профсоюзной информационной работы состоит в продвижении профсоюзной идеологии, а также профсоюзов как бренда во всеобщем информационном пространстве. Практическая реализация данного принципа требует, чтобы информационная работа стала и оставалась всегда важным сегментом деятельности профсоюзов.

С помощью современных СМИ обществу преподносится самая различная информация о профсоюзах. Вы, наверное, уже слышали о результатах опроса Всероссийского центра изучения общественного мнения (ВЦИОМ), опубликованных в «Известиях», согласно которым значительная часть россиян (68%) низко оценивает роль профсоюзов в защите прав трудящихся в нашей стране. О чем это говорит? О том, что мы плохо работаем или о том, что мы проигрываем в информационной войне? Не сомневаюсь – что второе. Практически все социально значимые законы, принятые нашим правительством, были в той или иной степени инициированы профсоюзами. Кто из россиян об этом знает? Думаю, практически никто. Обиднее всего то, что об этом часто не знают сами многие члены профсоюзов, профактивисты. И это наша с вами недоработка.

При этом отмечу, что иметь соб-

ственную газету, интернет-сайт, ТВ- и радиопрограмму, безусловно, хорошо и необходимо, но не менее важно непосредственное общение с людьми. Сегодня Федерация профсоюзов РТ имеет хороший опыт проведения татарстанскими профсоюзами выездных Дней Федерации в районах нашей республики. Перед аудиторией, которую составляют руководители районных администраций, предприятий и организаций, местный профактив, выступают ведущие специалисты и руководители отделов аппарата ФПРТ. Они рассказывают о работе Федерации, об изменениях в трудовом и пенсионном законодательстве, отвечают на вопросы и дают консультации всем желающим. И это тоже информационная работа! Как показывает практика, такой формат общения очень востребован. В районах нас ждут, просят приезжать снова и снова, причем инициатива исходит не только от районных профактивов, но и от администраций и работодателей.

Задача нашей информационной работы состоит в формировании у общества положительного отношения к профсоюзам и их деятельности. Мы сегодня должны информировать наших членов и потенциальных членов не только о том, что мы можем им предложить в рамках своей деятельности (в части правовой защиты, охраны труда, культурно-массовой работы и т.д.), но и вообще рассказать обществу, что мы есть, мы существуем, мы работаем на благо общества, и у нас есть результаты, которыми мы можем гордиться.

Важно, чтобы возникшие у аудитории ассоциации формировали положительный имидж профсоюзов. И для этого в профсоюзной информационной работе должны быть задействованы различные специалисты: от журналистов и имиджмейкеров до маркетологов и дизайнеров.

Кстати, о дизайнерах. По моему глубокому убеждению, профсоюзная символика, которую мы используем для рекламы в молодежной среде, должна отвечать современным тенденциям молодежной моды. Не секрет, что футболки или толстовки с размашистой белой надписью на спине «Профсоюзы Татарстана» носят только один день – на Первомайском митинге или другой профсоюзной акции, где эти футболки раздают. Потом на улицах города вы их не увидите. В лучшем случае – на огородах – мамах-папах, дедушках-бабушках этой самой молодежи. По вполне понятным причинам: ну, не носит молодежь это. Если же над нашей профсоюзной символикой совсем немного поработать, креативить, так сказать, то результат будет это носить. В каком направлении креативить? Зайдите в любой магазин молодежной моды (особенно сетевой), и, уверяю вас, вы выйдете оттуда с кучей идей. А наша символика на майке/толстовке/бейсболке, которые вы увидите на парнях и девчонках, – это ведь тоже информационная победа.

Артем Барабанов,  
главный редактор газеты «Новое слово»,  
редактор официального сайта ФПРТ

## Доклад Секретаря ФНПР «О состоянии информационной и задачах на предстоящий



### Уважаемые товарищи!

В предложенной вам информационной записке содержатся основные цифровые параметры, характеризующие количественный уровень развития информационной работы в ФНПР на уровне центрального аппарата и в ее членских организациях.

Грубо говоря, общее число и динамика изменений этого числа профсоюзных печатных и электронных СМИ. Тем не менее, эти числа не всегда характеризуют качественную ситуацию в информационной работе, и – что еще более важно

**В документах коллегиальных органов, оценивающих проблемы информационной работы и предлагающих методы разрешения этих проблем, очень часто либо мало конкретики, либо конкретные предложения регулярно не реализуются в отведенные сроки.**

– качественные проблемы этой работы. И уж совершенно они не затрагивают такую сложную вещь, как методы, эффективно разрешающие эти проблемы. Не имитирующие разрешение, а разрешающие.

Последнее, с моей точки зрения, является самым важным. По большому счету, все мы, хотя бы интуитивно и в общем смысле, понимаем проблемы, как профсоюзного движения в целом, так и в частности – информационной работы. Стали общим утверждением тезисы – начиная от «кто владеет информацией – владеет миром» до заявлений о необходимости развития информработы. В большинстве случаев эти утверждения не имеют ничего общего с реальным разрешением проблем. Точно также в документах коллегиальных органов, оценивающих проблемы информработы и предлагающих методы разрешения этих проблем, очень часто либо мало конкретики, либо конкретные предложения регулярно не реализуются в отведенные сроки.

Приведу пример. Понятно, что мы все карлики на плечах гигантов, готовящих предыдущие постановления, поэтому я посмотрел документ Генсовета 2008 года (в прошлый раз Генсовет рассматривал вопрос информационной работы восемь лет назад), где давались конкретные поручения различным профсоюзным структурам.

Вот некоторые поручения, которые были зафиксированы с конкретной временной привязкой.

Цитата: «всемерно поддерживать деятельность центральной профсоюзной газеты «Солидарность», журналов ФНПР «Профсоюзы и экономика» и «Вести ФНПР», печатных органов общероссийских профсоюзов и территориальных объединений организаций профсоюзов ФНПР, разработав комплекс мер, направленных на

увеличение подписки на периодические издания членских организаций ФНПР и развитие, там, где это целесообразно, практики региональных выпусков газеты «Солидарность». Срок: до конца 2008 года».

Цитата: «направить усилия на решение проблем... обязательного подключения к сети Интернет и создания собственного веб-ресурса; изучения вопроса разработки и перспективного внедрения технологии клон-сайтов в структуре среднего и первичного звена общероссийских профсоюзов; проведения организационно-технических работ по обеспечению проведения прямых трансляций мероприятий ФНПР интернет-видеоконференций. Срок: второе полугодие 2009 года».

Цитата: «обеспечения каждого уровня профсоюзной структуры подразделением пресс-службы или должностью пресс-секретаря, укомплектовав подразделение компьютерной техникой и профессиональными кадрами; обеспечения увеличения подписки на центральную профсоюзную газету «Солидарность» и информационно-аналитический журнал ФНПР «Профсоюзы и экономика». Срок: до конца 2008 года».

Цитата: «разработать и ввести специальный курс подготовки (повышения квалификации) кадров, работающих в информационных структурах профсоюзов, включив в данный курс современные разработки в области PR-технологий, основы социологии, психологии, информатики, рекламы и т.д. Срок: второе полугодие 2008 года; создать учебную видео-студию для производства документальных фильмов о мероприятиях, проводимых ФНПР и ее членскими организациями, в том числе коллективных действий профсоюзов. Срок: май 2008 года». И так далее.

Все предложения очень правильные. Вопрос в том – почему они не были реализованы? Дело не в исполнительской дисциплине. Суть в том, что отдельные мероприятия невозможно выполнить без качественного изменения отношения к теме

информработы, без принятия аналогичных решений в членских организациях ФНПР, без контроля за реализацией этих решений и без ответственности за невыполнение. Скажем,

откроет профсоюзный ВУЗ спецкурс подготовки кадров работающих в информструктурах, как было изложено в вышеназванном постановлении. Дело вроде бы полезное. А кто туда придет учиться, если регион или отраслевой профсоюз на это не выделит финансов? Сейчас ситуация

**Несмотря на общепринятые утверждения о важности и нужности информационной работы, она остается в положении бедной родственницы.**