

А.В. Шершук на заседании Генсовета ФНПР работы в ФНПР, ее членских организациях период в свете решений IX съезда ФНПР»



обстоит так, что выделение или невыделение денег на информационную работу является не элементом последовательной политики, а совершенно ситуационным действием.

За решением в области информполитики должны идти деньги и ответственность. Если денег нет и ответственности нет – можно принимать любые решения. Они не будут реализованы.

Почему не идут деньги и ответственность?

На мой взгляд, потому что, несмотря на общепринятые утверждения о важности и нужности информационной работы, она остается в положении бедной родственницы, которая служит на посылках по совершенно разным поводам и которую при этом постоянно подозревают в мелких кражах родового серебра и гулянках.

Пример. Никто и никогда не пытается вменить в обязанность профсоюзному бухгалтеру оценку социально-экономической ситуации в регионе на том основании, что он тоже считает цифры. Но является общей практикой, когда информационный работник должен уметь верстать газету, выступать на радио и организовывать встречи с представителями СМИ. Хотя это совершенно разные функционалы. И совершенно разные специальности. А попытки совместить в одном лице информработника и жнеца и швеца – чтобы сэкономить – приводят к тому, что жнут, и шьют зачастую плохо.

Но и это – частность.

Представляется, что есть серьезное недопонимание того для чего в принципе необходима информационная работа в профорганизации. Обычно она рассматривается в отрыве от организационной работы и мотивации профсоюзного членства. Как некая формальность. Вроде должен быть пресс-центр. Вроде бы нужна газета.

Если же попытаться проанализировать три этих направления в комплексе – информработу, оргработу и мотивацию, а точнее – их проблемные точки, то многое становится на места.

Почему при проведении профсоюзных акций, региональные профструктуры зачастую опираются на административный ресурс (и мы об этом знаем, это не является секретом)? Потому что людей трудно привлечь к добровольному и активному участию в пикетах, митингах и демонстрациях. Почему сложно привлечь? Не только из-за технических сложностей. Потому что они не убеждены в правильности и эффективности этих акций. Почему не убеждены? Потому что либо не убеждали, либо убеждали формально и непрофессионально.

Почему после повышения зарплаты на предприятии люди выходят из профсоюза, чтобы не платить увеличившиеся профвзносы? Потому что они не убеждены в наличии прямой связи между работой профсоюза и повышением зарплаты. То есть им об этом говорили, но не убедили.

Почему люди не вступают в профсоюз? Потому что они не убеждены в том, что это эффективно, что это моральная ценность за которую нужно держаться и ради которой нужно иногда претерпевать некоторые или многие неудобства. Потому что – повторюсь – они в этом не убеждены.

Да, иногда их информируют. Но эти формы информирования не убеждают.

Почему так происходит? Считаю, что причин несколько. Но главной является сле-

дующая: система убеждения (читай, информационной работы) у нас не отстроена.

Несмотря на то, что в масштабе ФНПР заявлена Единая информационная система профсоюзов, в настоящий момент единой она не является. Продолжая аналогию с организационной работой, информационная работа реализуется на каждой территории и в каждом отраслевом профсоюзе по-своему – от более эффективных форм до имитации, в каждом отраслевом профсоюзе также по-своему, это относится и к уровню региональных комитетов профсоюзов и к уровню первичных профсоюзных организаций.

Можно конечно сказать, что так отражается отраслевая или региональная специфика. Но эта специфика никак не мешает членам профсоюза читать одни и те же общепопулярные издания или смотреть центральные телеканалы, где к стати профсоюзная тема появляется редко. Но только речь заходит о единых методах информирования, пропаганды и агитации в пользу профсоюзной идеи – которые за счет стандартизации приобретают мультипликативный эффект – как сразу звучат аргументы о специфике. Как будто и зарплату наши работники получают

не рублями всюду – а в Новгороде серебром, а в Сибири куницами.

Древнее выражение «кто владеет информацией – владеет миром» на уровне многих региональных организаций превратилось в циничное «кто скрывает информацию – владеет своей организацией». Поясню. Нередко приезжая в регион из уст руководителей комитета отраслевого профсоюза можно слышать «Чем занимается ФНПР? Чем занимаются профсоюзы на уровне России?».

Такой вопрос не мог появиться у того, кто регулярно читает центральные профсоюзные издания, интернет-сайт ФНПР. Сложилась ситуация, когда можно свою личную неграмотность возводить в достоинство, адресуя претензии, образно говоря, в Москву. Если этого не знает председатель обкома, если на территории региона выписан один экземпляр газеты «Солидарность», если можно заявлять что на агитацию и пропаганду нет денег, возникает вопрос: «на что они едят?». И возникает убеждение, что и эти деньги скоро окончатся. За отсутствием членских взносов.

На уровне большинства регионов профсоюзные СМИ и информационные службы поставлены в ситуацию, когда они вынуждены либо выцыганивать деньги на свое существование, либо заниматься имитацией работы целиком или по ряду направлений. Я хочу с этой трибуны напомнить, что издание профсоюзной газеты раз в месяц или еще реже тиражом в тысячу экземпляров на 4 страницы – является имитацией профсоюзной работы. Особенно, если при этом она складывается в кабинетах, не попадает в первички, и даже цели такой не ставится.

Как главный редактор газеты «Солидарность» не могу не сказать о проблеме под-

писки. Решений двух съездов ФНПР о минимальном уровне подписки «один экз газеты не менее чем на сто членов профсоюзов» оказалось явно недостаточно. На страницах газеты

мы публиковали процент выполнения этих резолюций на уровне регионов и всей России. В масштабах страны мы добились выполнения нижней планки подписки на уровне около 16%. То есть один экземпляр газеты «Солидарность» поступает даже не одному из ста членов профсоюзов (что к стати, не очень много), а примерно одному из 800 членов профсоюзов. При этом нужно учиты-

вать, что бюджет газеты на 80 процентов складывается из подписки и только примерно на 20 процентов из дотаций учредителей. Мы стараемся предоставлять профсоюзной аудитории полезную информацию. В том числе выступая организаторами и кампаний солидарности в поддержку профорганизаций, и различных мотивационных конкурсов. Так сказать и поем, и пляшем. Но весело нам, как изданию, находящемуся по сути в рыночных условиях, далеко не всегда.

Как историк по образованию, приведу одну историю о том – как закончился рынок в виде НЭПа в Советском Союзе и началась коллективизация. В 1927 году после провала хлебозаготовок, зажиточный крестьянин не продал государству зерно, выжидая более выгодной цены. Возникла угроза голода. И все советское правительство уехало в регионы, уговаривать кулаков. Приехал товарищ Сталин в Алтайский край, беседует с жителями, уговаривает продать (не отдать а продать) хлеб. А один зажиточный хлебороб ему говорит: «А ты, рябой, попляши, тогда может и продам хлебушек». На этом НЭП в общем-то и закончился. Началась коллективизация. Вот примерно также ласковыми уговорами и рекомендациями, песнями и плясками мы пытаемся вести информационную работу и подписывать на газету. К сожалению, не обладая возможностями и, наверное, способностями товарища Сталина.

Нужно прямо признать – в формате рекомендаций информационная работа, извините за тавтологию, не работает. К слову сказать, на мой взгляд, точно так же не работает в формате рекомендаций и организационная работа. Я могу еще представить, что ФНПР рекомендует нечто своим членским организа-

циям. Однако, когда отраслевой профсоюз – гораздо более централизованная структура – дает своим комитетам и первичкам только рекомендации, а не прямые распоряжения, мы должны понимать сразу – эти рекомендации скорее всего не будут выполнены.

Нужны ответственные решения с контролем за исполнением. Причем с контролем в отношении избранных профсоюзных руководителей, отвечающих за данные направления.

Это означает, что необходимы последовательные шаги для изменения ситуации:

1. Нужно уйти от представления, что эффективно работающая система информационной работы в членской организации ФНПР – на территории или в отрасли – может сложиться сама по себе, стихийно. Мы сегодня

имеем дело с тем, что сложилось стихийно. Причем как сложилось стихийно, так стихийно и работает. Или не работает.

2. Необходимо, чтобы в членских организациях были определены ответственные избранные руководители, которые лично отвечают за информацию, агитацию и пропаганду. Оптимально – это избранные профсоюзные руководители: председатель или заместитель председателя членской организации.

3. Необходимо провести ревизию наших информационных ресурсов. Речь здесь не только об изданиях, сайтах или программах. Два года назад при попытке проведения подобного исследования на базе ДОС мы столкнулись с тем, что ни на уровне членской организации, ни на уровне регионального комитета нет информации о ситуации в первичках – ни о стендах, ни об имеющейся там печатной продукции, ни об уровне подписки на профсоюзные издания, ни о регулярности встреч в коллективах. Почти ничего ни о том – ЧТО мы распространяем сейчас, ГДЕ мы это распространяем и с помощью чего.

4. Необходима централизованная и массовая система распространения информации, базирующаяся на директивных решениях отраслевых профсоюзов и координирующих, поддерживающих эти решения, действиях территориальных профобъединений. В рамках членской организации ФНПР – в первую очередь, отраслевого профсоюза – необходимо определить тот прожиточный информационный минимум, который должен быть в каждом региональном комитете, первичке. В Рекомендациях по взаимодействию информационных структур, принятых Исполкомом ФНПР еще в 2012 году, был описан такой минимум. Он должен быть осмыслен, адаптирован и принят решениями коллегиальных органов в виде конкретных параметров для отраслевого профсоюза.

5. И последнее. На основании общих решений и на базе определенного «информационного прожиточного минимума» нужно возвращаться к системе квот в каждой профорганизации. Я имею в виду квоты и на финансирование информработы, и на наличие в профсоюзной структуре соответствующих подразделений и должностей, и на распространение профсоюзных изданий. Не рекомендации, а конкретные параметры.

Эти предложения сформулированы в проекте постановления Генсовета. Я прошу поддержать его и далее – рассмотреть и принять коллегиальными органами членских организаций ФНПР аналогичные решения. А после проконтролировать их исполнение.

Со своей стороны предлагаю в проект постановления внести следующее предложение: объявить 2017 год – годом профсоюзной информации на всех уровнях: от центрального аппарата ФНПР до первичной организации и цеха.

Сегодня Михаил Викторович уже процитировал Маяковского.

Я позволю напомнить и другую цитату Владимира Владимировича, относящуюся к информационной работе, работе со словом.

Я знаю силу слов, я знаю слов набат.

Они не те, которым рукоплещут ложно.

От слов таких срываются гроба шагать четверкою своих дубовых ножек.

Давайте не только найдем и скажем такие слова членам профсоюзов, но вместе донесем эти слова в первички и убедим их в нашей правоте.

И только тогда за нами пойдут по-настоящему!

Москва, 26 октября 2016 года

Древнее выражение «кто владеет информацией – владеет миром» на уровне многих региональных организаций превратилось в циничное «кто скрывает информацию – владеет своей организацией». Нередко приезжая в регион из уст руководителей комитета отраслевого профсоюза можно слышать «Чем занимается ФНПР? Чем занимаются профсоюзы на уровне России?»

На уровне большинства регионов профсоюзные СМИ и информационные службы поставлены в ситуацию, когда они вынуждены либо выцыганивать деньги на свое существование, либо заниматься имитацией работы целиком или по ряду направлений.

Необходимо, чтобы в членских организациях были определены ответственные избранные руководители, которые лично отвечают за информацию, агитацию и пропаганду.