Добрый день, коллеги!

Меня зовут Екатерина Юрьевна Тюпина. Я – профессиональный журналист, закончила Воронежский университет по специальности «Телевизионная журналистика», много лет посвятила корпоративному телевидению, десять лет работаю пресс-секретарём профсоюзной организации Лебединского ГОКа. Член Союза журналистов России.

Лебединский ГОК – крупнейшее предприятие по добыче и переработке железной руды. Выпускает уникальный продукт – горячебрикетированное железо, очень востребованное на рынке железорудного сырья.

Профсоюзная организация Лебединского ГОКа — крупнейшая в Белгородской области, почти 21 тысяча человек. Вот уже 55 лет она объединяет работников и пенсионеров комбината, отстаивает их интересы, ведёт продуктивный диалог с руководством. Профсоюзная организация имеет множество наград, в том числе за информационную работу. В частности, во Всероссийском конкурсе корпоративных СМИ «Медиалидер года» по версии журнала «Пресс-служба» в номинации «Лучший внутрикорпоративный блог».

Профсоюзная информация: создавай и распространяй!

Информационная работа – неотъемлемая часть деятельности любой профсоюзной организации. Профсоюзы ежедневно ведут диалог с властью и работодателями по социально-трудовым вопросам, добиваются разрешения спорных ситуаций и достойных условий труда для работников, но… задумайтесь, многие ли об этом знают?

В сознании общественности бытует мнение, что все социальные гарантии возникают сами собой, и профсоюзы здесь ни причем. Но мы-то с вами знаем, что если не поднимать острые вопросы перед властью и работодателями, то проблемы не будут решаться. Активная позиция профсоюзов на конкретных предприятиях, так и в целом по России, помогает добиваться решения многих проблем. Оставаться активными нужно и в вопросах информационной работы. Работники должны знать, что каждый имеет право на достойные условия труда, и легче этого добиться общими усилиями. Рассказывайте о своей деятельности, и не только членам профсоюза, но и тем, кто ещё не в наших рядах.

О чём писать?

Для многих профсоюзных активистов их ежедневная работа на профсоюзном поприще кажется обыденной и не примечательной. Прошло собрание в первичке, заслушали отчет, провели переговоры с работодателем, заключили коллективный договор, защитили права членов профсоюза, организовали профсоюзное мероприятие, члены профсоюза заняли первое место в спортивных или профессиональных соревнованиях и т.д. Жизнь на предприятиях и в организациях постоянно кипит, но многим кажется, что это мелкие события, о которых и говорить не стоит. Но как раз информация о них – повод для мотивации, бесценный опыт для коллег.

Например, процесс переговоров. Организация профсоюза обсуждает с работодателем условия нового коллективного договора. Переговоры длятся некоторое время, но каждая встреча – информационный повод. В материале можно рассказать, как проходили переговоры, что предложил профсоюз, на какие условия согласился работодатель, что будут еще обсуждать и т.д. Информация будет полезна всем членам профсоюзной организации, ведь каждый сможет включиться в процесс и чувствовать свою сопричастность к работе профкома.

Конкретную пользу и мотивацию несут материалы, посвященные опыту коллег по цеху. Поводом могут стать и материалы из серии «Профсоюз помог», где можно рассказать, как ведется правозащитная работа. Интерес вызовут не столько цифры, сколько факты, то есть конкретные истории. К примеру, профсоюзные юристы помогли восстановить на работе сотрудника, добились сохранения льгот или компенсаций. Об этих примерах можно и нужно рассказать.

Всегда вызывают интерес профсоюзные акции. Материал с места событий, проиллюстрированный фотографиями, не останется без внимания читателей.

Случается, что на предприятии складывается трудная ситуация, например, работникам сокращают зарплату или даже планируют увольнения. Об этом тоже не стоит молчать. Не даром говорят, что журналистика – четвертая власть. Слово в газете и Интернете имеет большую силу. Чем раньше вы начнете говорить о проблеме, тем больший общественный резонанс она вызовет. А значит, больше шансов для её успешного решения.

Ещё один важный момент – информация должна отражать разные сферы профсоюзной деятельности. А это значит, что не должно быть перекосов, к примеру, в сторону репортажей о спортивных мероприятиях профсоюзной организации. Спорт занимает важное место в жизни профсоюза, но куда важнее другая составляющая – защита трудовых интересов работников. Поэтому большая часть материалов должна быть посвящена социально-трудовой тематике.

Любой текст должен рассказывать о профсоюзной работе, пояснять, зачем это нужно, мотивировать вступать или оставаться в профсоюзе. Должно работать простое правило – **действуйте и информируйте!**

А теперь мы более предметно поговорим о практической стороне вопроса. Если вас нет в соцсетях, значит, вас нет совсем. Такова сегодняшняя реальность. О важности имиджа профлидера в социальных сетях говорится много. Человек, занимающийся общественной работой должен её продвигать. Это понятно. Мы же сделаем акцент на информационном канале для всех членов профсоюзной организации.

Я говорю об официальном паблике профорганизации. Технически создать группу в ВКонтакте просто. Конечно, её необходимо идентифицировать: создать оригинальную обложку, аватарку, добавить важные данные – телефоны и часы работы, а также – несколько альбомов с фотографиями и видео, если они есть. Самое же главное – формировать интересный контент.

**Как писать?**

• Информационная заметка должна отвечать на 5 главных вопросов: кто, что, когда, где и почему?

• Быть компактной – состоять из простых предложений.

"Кто? Что? Где? Когда? Почему? Как? или вопросы, которые называются пять Ws и один H. "Субъект-глагол-объект - это предпочтительный шаблон организации предложений в журналистском письме. Это легко читать и понимать. ... Предложения S-V-O содержат достаточно информации о том, кто, что, где, когда, почему и как, чтобы читатели могли получить общее представление

Начнем с того, что любую информацию можно изложить по-разному: сделать акценты на фактах, на мнении или на деталях события. От этого будет зависеть жанр вашего повествования. Например, сжатая информация характерна для заметок, акцент на мнении – для комментария, интервью, а подборка деталей – для репортажа. Разберем некоторые особенности каждого жанра.

Любая новость должна отличаться новизной (то есть содержать свежую информацию, новости о которых все уже знают, или давно минувшие события – никому не интересны), быть информативной (максимум фактов, краткость изложения) и интересной аудитории (в нашем случае, она должна содержать полезную для коллег информацию о профсоюзной работе, а читателя, далекого от профсоюза, новость должна мотивироваться стать частью нашей команды).

Перед тем, как писать материал, надо выбрать информационный повод, то есть проще говоря, определиться с темой. Что может стать предметом новости, репортажа или комментария – мы уже обсудили. Теперь поговорим об основных составляющих новостного текста.

Классическая заметка должна отвечать на вопросы: кто и что в центре внимания? где? когда? почему? Как это произошло? Новость должна состоять из заголовка, лида (первый абзац) и еще ряда абзацев, раскрывающих тему. В заголовке в нескольких словах можно отразить суть материала, вынести в него эксклюзивную информацию или яркую цитату. Заголовок – основа материала. Прочитав его, читатель решает – будет ему интересен текст или нет. Первый абзац должен кратко передать суть материала, пояснить, где происходило событие или кто главный герой новости. Его следует писать легким языком, добавить интересные или интригующие детали, чтобы у читателя появилось желание прочитать материал до конца. Основной текст должен быть связанным и иметь логическое завершение. Хорошо, если вы подведете читателя к какому-то выводу или призовете к действию.

Главное в новостях – это факты, о которых сейчас знаете только вы и хотите поделиться ими. Поэтому тщательно подходите к их отбору. Информация должна быть достоверной и понятной читателям, причем даже тем, кто далек от темы вашего материала. Не перегружайте текст сложными конструкциями и профессиональными терминами. Каждому такому мало понятному слову давайте пояснение или подбирайте синонимы, если это возможно. В противном случае, ваш текст – напрасный труд. Сложно написанный материал испугает читателя, и он бросит вашу заметку, едва прочитав пару абзацев.

Не забывайте указывать должности героев вашего материала, а также всегда обязательно пишите имя и фамилию людей, упоминаемых в тексте. Гораздо лучше в публикации смотрится «Иван Петров», чем «И. Петров». Расшифровывайте в материале хотя бы один раз все аббревиатуры. Тщательно проверяйте географические названия, наименования компаний и организаций. У читателей после прочтения вашего материала, не должно возникнуть недопонимания.

Если по вашей теме есть много дополнительной информации, то её можно оформить в виде справки.

Все эти требования (за исключением, пожалуй, «классических» вопросов и объема изложения) характерны и для других жанров (репортаж, комментарий, интервью, очерк и т.д.). Достоверность, понятность изложения, интересный заголовок и интригующий лид – необходимые составляющие любой публикации. Но у развернутых материалов есть еще ряд особенностей. Если вы пишите материал с комментарием по актуальной теме, то в этом случае в тексте нужно сделать акцент на мнении, плюс к этому дать справку, изучить источники по теме вопроса. В случае, если вы рассказываете об опыте своих коллег, то такой материал можно построить в жанрах интервью или очерка. Тогда в основе материала будет человек или даже группа людей, и сосредоточиться нужно будет на достижениях героя.

Если вы хотите подготовить репортаж с места событий, то обязательно сделайте несколько фотографий, а также постарайтесь пообщаться с участниками мероприятия и включите их мнение в материал. Формат материала может зависеть и от ресурса, на котором будет размещена информация.

Если это интернет-ресурс, то здесь предпочтение отдается новостям в 4-6 абзацев. Пользователи Глобальной паутины стараются получать информацию кратко – в виде выжимки важных фактов из события. Но при этом в новостях важны видео и фотографии. Читатели электронных СМИ любят оперативную информацию, поэтому новости подавайте им еще «горяченькими».

Большие материалы лучше готовить в газету. Информация в печатных изданиях «живет» дольше, но требует большей подготовки. Читателям газеты интересны интервью, аналитика, развернутые комментарии.

В газетных материалах также важны фотографии и иллюстрации. Если вы будете писать материал с прошедшего мероприятия, то сделайте несколько фото с места событий. Если вы хотите рассказать об опыте профактивиста, то попросите у него фотографию или сделайте фотопортрет самостоятельно.

Социальные сети (платформа в Интернете для объединения людей, построения коммуникации) – самая демократичная информационная площадка. Здесь внимание читателей, в первую очередь, привлекают фотографии, а потом уже новости. Поэтому старайтесь подбирать к каждой записи яркую фотографию или даже подборку. Также здесь можно размещать видеоролики и документы. Не забывайте, что социальные сети – интерактивная площадка. Здесь важны отклики и комментарии пользователей группы. Поддерживайте их активность, предлагайте включиться в беседу и отвечайте на их комментарии.

Как распространять?

Итак, материал готов. Осталось сделать так, чтобы он стал доступен широкому кругу людей. Где же его разместить? Это может быть собственный сайт, газета, бюллетень, информационный стенд и другое. Если таких ресурсов нет (конечно, как минимум стенд должен быть в каждой профсоюзной организации и регулярно обновляться), то можно воспользоваться другими источниками информации. Сегодня большую популярность набирают социальные сети. Создание и ведение групп там совершенно бесплатно, а возможности этого ресурса – велики. Так как самые активные пользователи социальных сетей – молодые люди, то этот ресурс может привлечь и тех, кто еще не в профсоюзных рядах.

Еще один популярный ресурс – YouTube (сервис хранения видеофайлов). Завести канал там также можно бесплатно. Зарегистрируйтесь и сразу же добавляйте свои видео. Сегодня не у всех есть время читать информацию, поэтому многие предпочитают смотреть. Тем более наглядная картинка имеет свои преимущества перед текстом. Необязательно иметь в арсенале хорошую видеокамеру. Многие современные телефоны оснащены камерой, вести запись можно и с ее помощью. Кроме того, информацию можно представить в виде слайдов и также разместить презентацию на YouTube.

Важная составляющая информационной работы – регулярность обновления информации на всех ресурсах. Если вы решили выпускать печатное издание, то нужно определиться с его периодичностью. Если оно выходит раз в неделю, то нужно взять на себя ответственность при любых обстоятельствах не прекращать выпуск. Ведь читатели будут ждать от вас информацию в указанный день. Не получив газету, бюллетень или информационный листок несколько раз, они начнут с недоверием относиться к изданию. Тоже самое с социальными сетями и интернет-ресурсами. Информация там должна появляться практически каждый день. Иначе читатель решит, что сайт или группа давно заброшены и перестанет обращаться к ресурсу.

Для того, чтобы вести качественную информационную работу, нужно определить ответственного за неё. Кто это может быть? Опросите членов профсоюза и узнайте, у кого есть опыт информационной работы (умеет писать тексты, активно участвует в профсоюзных акциях, имеет представление, как наполнять стенд, умеет фотографировать и т.д. ), есть желание ей заниматься, изучать новое для себя направление. Исходя из данных анкет вам будет легче определиться с кандидатом. Ответственный за информационную работу должен оставаться на связи с вышестоящими профорганизациями и с членами своего профсоюза, и распространять информацию на разных площадках. И тогда велика вероятность того, что все важные новости профсоюзных организаций, будут регулярно доходить до коллег и общественности.

Создавайте свои источники информации и не забывайте дружить со СМИ, и не только с профсоюзными. Не стесняйтесь давать комментарии по актуальным темам, журналисты нуждаются в экспертах. Звоните и рассказывайте СМИ об интересных людях, успехах профактивистов, делитесь новостями. Сейчас это просто, ведь даже сами журналисты стимулируют своих читателей и зрителей к созданию информационных продуктов.

Помните, что если вы не расскажите о жизни и деятельности вашей первички, то об этом никто и не узнает. Ведь мы не умеем читать мысли друг друга.

**Soft skills – мягкая сила.**

Расскажу Вам об одном человеке.

Он не считал зазорным поболтать со своими работниками, похлопать их по плечу и поблагодарить за труд. Одна из его известных цитат: «То, что желанно и правильно, не может быть недостижимым. Для этого требуется лишь немного больше командной работы». Это сказал Генри Форд.

Всем известно, что он первым создал конвейерную линию, организовал поточное производство автомобилей и превратил их из роскоши в средство передвижения. Но он вошел в историю не только как выдающийся предприниматель. Это был талантливый управленец, который уважительно относился к своим сотрудникам и умел работать в команде. Он знал, что именно командная работа позволяет компаниям создавать инновации, принимать смелые решения и вырываться вперед. Сейчас о Форде бы сказали, что у него хорошо развиты soft skills или гибкие навыки.

Этим навыкам уделяют недостаточно внимания, но без них ваша карьера как профсоюзных лидеров обречена. Рассказываем, от чего зависит успех в современном мире.

Что это за навыки?

К ним относятся: умение устанавливать контакт с людьми, убеждать и мягко добиваться своего, мотивировать себя и подчиненных, легко адаптироваться к новым условиям, творчески мыслить и принимать нестандартные решения.

Главные навыки, которые необходимо развивать это:

• Общение – ни в коем случае не оставлять без внимания ни одного члена своей профгруппы.

• Ведение переговоров – умение находить общий язык с бригадирами, мастерами и другими представителями работодателя.

• Создание системы связей – абсолютно все свои контакты нужно фиксировать: записывать телефоны, дни рождения коллег и других важных людей, поздравлять их с праздниками (людям это приятно, они вас запомнят); расширять круг общения в социальных сетях и т.д.

• Презентационные навыки – необходимо уметь позиционировать себя и организацию, которую вы представляете. Здесь очень уместно поговорить о создании личного бренда в социальных сетях. То есть, профсоюзный лидер любого уровня обязательно должен присутствовать в соцсетях и быть носителем философии профсоюза.

• Разрешение конфликтов и проблем – решать без крика, уметь выслушать все стороны, принимать только взвешенные, справедливые решения.

• Работа в команде – в профсоюзном деле главное помнить: один в поле не воин, нужно привлекать к работе в профсоюзе большое количество людей: уполномоченных по охране труда, ответственных за спорт и культурно-массовую работу, за информационную работу, за работу с семьями членов профсоюза и т.д. Для этого, конечно, нужно учитывать личные качества коллег.

• Тайм-менеджмент. Это модное понятие никак нельзя обойти, так как уметь распоряжаться своим временем и ценить чужое – большое искусство. Если Вы им овладеете, вам не будет цены, как работнику.

• Управление стрессом – не давать волю своим чувствам. Сохранить лицо в самой сложной ситуации – вот, что имеется ввиду. Осваивайте техники аутотренинга, воспитывайте волю, но не срывайтесь на людях.

Зачем это всё?

У вас может возникнуть вопрос: неужели для успешной работы недостаточно только профессиональных навыков? Уже нет. В эпоху тотального дефицита очереди выстраивались и за посредственным товаром. Да и с поиском работы не было особых проблем.

Теперь конкуренция везде: на рынке физических товаров, в сфере услуг, на рынке труда и т. д. Поэтому в лидеры выходят люди с сильными гибкими навыками, которые умеют:

• Выстраивать отношения с коллегами, поставщиками и другими профессиональными контактами;

• Продуктивно использовать свое время;

• Легко и без конфликтов управлять людьми и процессами;

• Находить, привлекать и удерживать клиентов, в нашем случае, членов профсоюза;

• Добиваться результатов, которые понравятся всем – коллегам, подчиненным, начальству, клиентам и т. д.

Наличие soft skills – это не тот случай, когда они у вас «либо есть, либо нет». Например, кто-то отлично умеет общаться с людьми, но плохо работает в команде, постоянно «перетягивая одеяло на себя». Другие виртуозно проводят переговоры, но все время на них опаздывают, поскольку не имеют навыков тайм-менеджмента. Все эти навыки можно развить.

Вот несколько распространенных сценариев, которые показывают, что вам надо развивать soft skills.

Давайте проверим себя:

• Вы часто опаздываете на встречи и многое не успеваете.

• Ваша сеть профессиональных контактов никак не развивается или пополняется на 1-2 человека раз в полгода.

• Ваши коллеги не решаются открыто рассказывать вам о проблемах и ошибках.

• Вы пытаетесь решить проблемы обратившихся к Вам коллег, но безрезультатно.

• Вам трудно отказать важным для вас людям.

• Вы работаете с полной отдачей и чувствуете, что стали выгорать.

Если вы узнали себя хотя бы в одном из этих пунктов, значит, пора задуматься о «прокачке» гибких навыков.

Как развить гибкие навыки за 4 шага.

1. Главное условие для освоения soft skills – осознать и принять те сферы, в которых вам надо совершенствоваться. Никто лучше вас не знает ваши сильные и слабые стороны. Поэтому для начала взгляните ещё раз на список гибких навыков в начале и, отметьте, какие из них вы хотели бы развить в себе.

Что можно сделать дальше:

2. Помните, что основа любого гибкого навыка – оптимизм. Тревога и низкая самооценка сведут ваши усилия на нет. Поэтому развивайте позитивный взгляд на мир, начинайте каждую задачу с энтузиазмом и уверенностью.

3. Найдите наставника. Это может быть даже «виртуальный помощник» или исторический персонаж, с которым вы не знакомы лично. Какой человек вас восхищает и почему? Почитайте его биографию, посмотрите интервью с ним и попытайтесь смоделировать его поведение.

4. Изучите книги по развитию гибких навыков. Литературы, которая поможет овладеть soft skills, сейчас очень много – гораздо больше, чем в списке, который я вам предлагаю.

Начать можно с этих книг:

Даниэль Канеман: «Думай медленно. Решай быстро».

Джим Кэмп: «Сначала скажите «нет». Секреты профессиональных переговорщиков».

**Осторожно – фейк!**

Не дайте себя обмануть.

Мы живем в эпоху переизбытка самой разной информации. Сегодня сложно себе представить человека, который ничего не слышал о фейковых новостях. Английское слово fake переводится как поддельный, ненастоящий.

Что такое фейковые новости?

Фейковые, то есть лживые, поддельные новости — это информация или информационный продукт, в составе которого частично или полностью отсутствует правдивая информация. В прошлом лживые новости, что печатали в газетах, называли «уткой». Их особенностью всегда являлась то, что они невероятно быстро распространялись. Однако если газетные «утки» часто были обыкновенной штукой или распространялись намеренно, сегодня фейковые новости встречаются даже в самых уважаемых средствах массовой информации. Фальшивки «проскакивают» даже в телевизионных новостях на ведущих каналах мира, не только нашей страны.

Почему мы верим фальшивым новостям?

Когда у нас нет достаточного количества информации для того, чтобы увидеть всю картину целиком, или если мы не хотим ничего проверять, или на это нет времени, мы смотрим на реакцию окружающих. Особенно если мы считаем, что наше окружение отлично разбирается в том или ином вопросе. Однако не стоит забывать о том, что далеко не все люди из нашего окружения являются экспертами по всем вопросам.

Специалисты полагают, что причина доверия к фальшивым новостям, возможно, кроется в том, что сегодня многие не понимают, как распространяется информация в интернете. И не проверяют факты.

Людям порой трудно понять, где подлинная информация, а где – придуманная. Мы же воспитаны на советской прессе, привыкли верить каждому слову.

Как понять, что вам говорят правду?

Лучшим способом в борьбе с фейковыми новостями учёные называют способность мыслить критически. Напомним, что критическое мышление — это способ мышления, при котором человек подвергает сомнению не только собственные убеждения, но и любую поступающую информацию. Однако сегодня фейковые новости преобразились настолько, что даже профессионалы своего дела, работающие в крупных СМИ, не всегда могут отличить правду от вымысла.

Соцсети – раздолье для фейков.

Ситуация усугубилась с появлением социальных сетей. Сегодня каждый может поделиться со своими друзьями любой информацией. Так можно придумать какую угодно историю, добавить в неё немного реальных событий и выдать всё за чистую монету. Фейкньюсмейкеры очень часто используют социальные сети как способ наращивания и привлечения аудитории: чем громче и ярче новость — тем больше людей зайдет на вашу страничку.

Это подводит нас к следующему способу, позволяющему отличить правдивую информацию от ложной — фейковые новости очень часто “стреляют” — то есть разлетаются по социальным сетям моментально. Это происходит потому, что среднестатистический читатель с большой вероятностью пропустит обычные новости культуры и экономики, но обязательно перейдет по ссылке с броским и нестандартным заголовком.

Итак – как противостоять?

Главное - внимательно читайте заголовки. Чем ярче, а зачастую неправдоподобнее звучит заголовок, тем более вероятно, что новость – фейковая. Важное дополнение – создатели фейков не утруждают себя сбором доказательной базы, так что документов, подтверждающих их слова – нет. А если есть, то их вам покажут мельком, чтобы вы не поняли, что это – подделка.

Ну, и конечно, проверяйте информацию. Лучше всего делать это всегда. Да, на поиски первоисточников требуется время, однако если важная информация, которая попалась вам на глаза, не вызывает доверия — вы знаете что делать.

Информационные атаки способны вызвать самые негативные последствия. Слово – острее штыка! Мы в своей работе должны очень тщательно взвешивать каждое слово. Молчать тоже нельзя, нужно уметь отстаивать свои позиции, главное, делать это грамотно, аргументированно.

А вы проверяете информацию или доверяете мнению окружающих?