

Информационная политика и цифровизация работы профсоюзов  
Доклад заместителя Председателя ФНПР Александра Шершукова на  
заседании Генсовета ФНПР 24 ноября 2021 года

Ровно пять лет назад, 26 октября 2016 года на заседании Генерального Совета ФНПР было принято постановление «О состоянии информационной работы в ФНПР, ее членских организациях и задачах на предстоящий период в свете решений IX съезда ФНПР». 2017 год был объявлен Годом профсоюзной информации. Обычно критики называют это словом «кампанейщина», но в данном случае этот комплекс реальных дел, которые мы тогда реализовали, придал информационной работе серьезный импульс, он ощущался несколько лет. Напомню, что был разработан и принят «минимальный стандарт информационного обеспечения», который стал рабочей основой при подготовке планов и программ развития информационной и пропагандистской работы. Мы начали процесс сбора базы данных всех информационных ресурсов профсоюзов, вплоть до стендов, при этом активизировав такую работу на уровне региональных комитетов профсоюзов и первичек. Был проведен мониторинг ресурсов, большинство членских организаций усилили внимание к информационной тематике на структурном уровне. Именно тогда мы получили первый опыт интернет-трансляций, выходя в совершенно новый для профсоюзов на тот момент мир. В новейшей истории профсоюзов России такая работа системно проводилась в первый раз.

Резонный вопрос: почему мы сейчас снова возвращаемся к этой теме? Не потому что прошло пять лет. А потому что за эти пять лет существенно изменились технологии, изменились эффективные методы работы со СМИ. Разговор уже не только о профсоюзной информации – как пять лет назад, но – об информационной политике, более того – о внедрении в работу профсоюзов цифровых инструментов.

И сегодня необходимо оценить – где мы находимся с точки зрения постановки информационной работы, какие содержательные изменения произошли (или не произошли), в чем их специфика и куда нам необходимо двигаться дальше?

Начать анализ ситуации я бы хотел с темы, которую мы практически не затрагивали пять лет назад: взаимоотношения с внешними непрофсоюзными СМИ. Ситуация здесь изменилась. Пример. В конце лета мы столкнулись со скоординированной атакой на ФНПР с использованием новых технологий – сеткой анонимных телеграмм-каналов. Обращаю ваше внимание на следующее. При том, что организаторами были потрачены достаточно большие средства, не нашлось ни одного более-менее серьезного издания – что печатного, что электронного, готового взять на себя риски, связанные с публикацией предвзятых и ложных материалов, откровенно порочащих нашу организацию. Это определенный результат построения открытых и честных взаимоотношений со СМИ. Ведущие средства массовой информации, журналисты, работающие в них, знают, что они могут в любое время суток обратиться за комментарием в ФНПР и получить его. Понятно, что построенная система работы не гарантирует нам информационного спокойствия. Но – как говорится – минимальный размер эффективного информационного взаимодействия с внешними СМИ достигнут. Об этом можно судить по регулярному присутствию ФНПР в информационной повестке, причем на бесплатной основе. Мы не платим денег за размещение наших материалов. Более регулярными стали самостоятельные обращения СМИ по профсоюзной повестке за развернутыми интервью председателя ФНПР.

Что касается телевидения, то здесь ситуация немного иная. Не секрет, что проблемные темы, которые затрагивают профсоюзы, отдельные политики могут интерпретировать «разжигание» и «нагнетание». Возможно, поэтому мы, к сожалению, редко получаем предложения от центральных телеканалов

высказаться на такие темы как уровень зарплат, нарушения прав профсоюзов, безработица, законодательные инициативы в трудовой сфере. На встречах с профактивом можно слышать претензии: «ФНПР должно быть на Первом канале, на канале Россия! Профсоюзную позицию должны слышать трудящиеся». Но что поделаешь, если организаторам трансляций удобнее устраивать сомнительные шоу про мировую закулису, а не обсуждать с представителями крупнейшей общественной организации реальные трудовые проблемы людей?! Мы идем представлять и готовы представлять профсоюзную позицию на любом телеканале, всюду, куда нас приглашают. Но, к сожалению, относительно регулярное участие пока что нам предлагают лишь программы Общественного телевидения России. Руки мы не опускаем. Но спектр возможностей пока что таков.

Следующий аспект - внутренние информационные инструменты. Пять лет назад мы в основном говорили о печатных профсоюзных изданиях и стендах. Здесь ситуация следующая. Несмотря на формальное большое число печатных изданий, которые фигурируют в отчетах, можно назвать лишь некоторые, претендующие на регулярность, актуальность и соответствие современным критериям. Среди таких - «Человек труда» (Краснодар), «Действие» (Башкортостан), «Новое слово» (Татарстан), «Профсоюзный курьер» (Пермский край), «Позиция» (Омская область) «Профсоюзы Зауралья» (Курган), ряд других. С чем связана выборка изданий, которые я назвал и почему не назвал другие? Не только за внешний вид и содержание. Потому что это издания с регулярностью и тиражом, который хотя бы относительно соотносится с количеством профактива и членов профсоюзов на этих территориях. В случае, если раз в два месяца по случаю выходит боевой листок объемом в 4 полосы и тиражом в 2 тысячи, хочется спросить – на кого он рассчитан? Кстати, когда я проглядывал на сайтах профобъединений архивы местных профсоюзных изданий, то обратил внимание, что на некоторых вся выкладка оканчивается 2019 годом. Как так?

Год профсоюзной информации прошел и импульс иссяк? Среди печатных изданий отраслевых профсоюзов отмечу продукцию ГМПП, Нефтегазстройпрофсоюза, Роспрофжела. Отличные издания делает Общероссийский профсоюз образования. Еще бы нам наладить регулярное взаимодействие профсоюза с газетой «Солидарность» и цены б нам не было.

Проблема печатных профсоюзных СМИ заключается не в том, что они не нужны. Совершенно ясно, что существенный сектор профсоюзной аудитории нуждается именно в печатной продукции. В тайге с интернетом дела обстоят так себе. Но, вместо того, чтобы наладить выпуск собственного издания, либо объединить усилия с газетой «Солидарность», целый ряд структур подменяют полноценную работу имитацией. Или просто говорят: «нашим членам профсоюза это не нужно». Хотя членов профсоюза об этом они даже не спрашивали. От некоторых коллег я слышал тезис, что минимальная норма подписки, утвержденная резолюциями нескольких съездов ФНПР - 1 экземпляр газеты «Солидарность» на 100 членов профсоюза – это завышенная норма. Таким образом, констатируется, что у профорганизации в сто человек, платящих взносы, нет 2000 рублей в год на бумажную, или 1000 рублей на электронную подписку на один экземпляр газеты. Хотя если посчитать, что все эти члены профсоюза получают только МРОТ, то даже в этом случае стоимость подписки – это 0.75% от суммы всех собранных взносов. При этом отсутствие печатного издания не компенсируется другими формами коммуникации с членом профсоюза. Стоит ли удивляться тому, что многие члены профсоюзов остаются в неведении о деятельности и своего профсоюза и всей структуры в целом. И если знание – это сила, то незнание становится источником бессилия.

На сегодня ФНПР предоставляет членским организациям кроме регулярных новостей на сайте – еженедельные рассылки по актуальной профсоюзной тематике. И я хочу сказать спасибо тем организациям, которые используют и

продвигают их через свои ресурсы. Однако точно так же мы можем и отслеживать, какая наша электронная корреспонденция в членские организации остается даже неоткрытой. Недавно руководитель одной членской организации прислал в департаменты ФНПР письмо о том, что единственный компьютер в ЦК сломался, для его ремонта требуется время, а денег для покупки нового нет. Поэтому все материалы им теперь нужно присылать на бумажных носителях. Откровенно говоря, я бы с ним поспорил. Что бумага? Недолговечная вещь. История показывает, что письма на бересте или иероглифы на глиняных табличках сохраняются веками, а с членскими организациями можно общаться голубиной почтой. А если серьезно – этот пример демонстрирует уровень технологического и управленческого отставания, архаики, которая на сегодня есть в некоторых членских организациях.

Все обстоит сложнее, чем в этом примере об одном сломавшемся компьютере. В аналитическом обследовании информационных ресурсов членских организаций (его вы можете прочитать в приложении к проекту постановления) подробно рассказано о том, каков наш сегодняшний уровень относительно не только печатных изданий, но и работы в социальных сетях, а также использования сегодняшних цифровых инструментов. Кстати (это еще один нюанс по сравнению с 2017 годом) сейчас происходит явный крен в сторону не просто работы с сайтами, но и в сторону работы с социальными сетями. Думаю, уже стали неактуальными разговоры насчет того, что «соцсети для бездельников». Если соцсети читают десятки миллионов наших сограждан, если соцсети могут радикально повлиять на репутацию любой коммерческой или государственной структуры, как в плюс, так и в минус, если Маргарита Симоньян и Рамзан Кадыров полемизируют в личных телеграм-каналах - это определенный показатель. И как показало проведенное нами обследование – российские профсоюзы тоже двигаются в направлении более эффективного использования соцсетей. Другое дело, что

это движение носит сейчас слегка хаотический и эмоциональный характер, несистемный. Значит – нужно его систематизировать и организовать на основе современных подходов.

Отдельно скажу о цифровизации. Понятно, что сейчас в некоторых государственных структурах считают, как говорили в фильме «Москва слезам не верят», что через 10 лет ничего не будет – ни личного общения, ни кино, не радио – одна сплошная цифровизация. Конечно, работа профсоюзов предполагает личную, персональную коммуникацию с членом профсоюза, работником. Но нельзя выступать луддитами, отказываясь от инструментов, которыми уже взаимодействует и бизнес – с потребителями, и государство – с гражданами. Перед нами стоит задача отбора цифровых и управленческих бизнес-инструментов и адаптации их для профсоюзной работы. На сегодня это для сайтов и соцсетей – это, например, таргетинг, сегментация аудитории. Необходимо построение удаленной коммуникации с членами профсоюза и потенциальными членами профсоюзов с помощью мобильного приложения. Мы планируем весной презентовать мобильное приложение ФНПР, построенное на системе личных кабинетов сайта. Членские организации смогут использовать его для взаимодействия с профактивом не просто в информационном смысле, но и для реализации проектов. Необходимо внедрение в текущую работу CRM-систем, систем управления организациями. За счет внедрения Битрикс24 за полтора года департамент по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профдвижения Аппарата ФНПР смог одновременно сопровождать реализацию нескольких крупных проектов – изменена система работы с профсоюзной молодежью на уровне страны, сделан существенный прорыв в организации информработы и работы со СМИ, обновлены основополагающие документы по молодежной политике, образовательная концепция. Надеюсь, что вы сегодня поддержите и новую информационную концепцию. Начались регулярные обучающие семинары для профсоюзных работников. За два года проведено несколько

масштабных профсоюзных акций – два Первмая, Дни борьбы за достойный труд в условиях ограничений пандемии. Это было бы невозможно без усилий сотрудников (и я хочу их с этой трибуны поблагодарить), но и – без включения в работу новых управленческих и цифровых инструментов.

Сейчас электронный учет членов профсоюзов налажен лишь в отдельных организациях. Явно необходим и внутрипрофсоюзный электронный реестр первичных профсоюзных организаций. Но проблема шире. Нужно понимать, для чего нужны все эти инструменты. По мере развития самозанятости, платформенной занятости, удаленной занятости, профсоюзам необходимо решать вопрос индивидуальной работы с членом профсоюза на расстоянии. Коммуникации с ним, решения его проблем, его защиты, привлечения его к коллективным действиям. Сделать это только традиционными методами невозможно. Это не вопрос сегодняшней моды на цифровизацию, для профсоюзов – это вопрос выживания и развития.

Для решения этих проблем нужны не призывы, а внутрипрофсоюзные управленческие решения, относящиеся к вопросам финансирования, организации работы профсоюзных специалистов и выборных руководителей, документооборота. Сегодня наши членские организации находятся в разном организационном, финансовом и управленческом состоянии. Но, тем не менее, нужно двигаться вперед. Если не принимать решения, не требовать их исполнения, не обучать специалистов, не выделять денег – результата не будет. Короткий пример. Мы проводим ежегодные семинары для специалистов, занимающихся информационной работой. Однако на семинар, который мы проводили в этом году, из членских организаций прибыло всего 75 человек. Однако представляли эти 75 человек всего 48 членских организаций из 120, входящих в Федерацию. Это не вопрос отсутствия денег (исключая те организации, где сломан единственный компьютер) – это вопрос приоритетов.

А вопрос приоритетов – определяет коллегиальный орган управления ФНПР. В данном случае - Генеральный Совет. Предлагаю в рамках ФНПР 2022 год определить как Год информационной политики и цифровизации профсоюзной работы. Поручить Исполкому ФНПР сформировать план его проведения. И дать этим сигнал не только нашим организациям, но и тем, кто наблюдает за нами, что называется, «снаружи» - нашим «партнерам»: профсоюзы России готовы к эффективным изменениям и эти изменения мы определяем самостоятельно. Сами.