

Приложение № 2
к постановлению Генерального Совета ФНПР
от 24.11.2021 № 10-5

**Аналитический отчет
по итогам обследования информационных ресурсов
членских организаций ФНПР**

Департамент Аппарата ФНПР
по связям с общественностью, молодежной
политике и развитию профсоюзного движения

Москва
2021

Оглавление

Введение	3
Раздел 1. Сайты.....	3
Территориальные объединения организаций профсоюзов по федеральным округам.....	12
Всероссийские и межрегиональные отраслевые профсоюзы	13
Общие выводы.....	13
Раздел 2. Социальные сети.....	14
Социальная сеть «ВКонтакте» – официальные страницы	16
Социальная сеть Instagram («Инстаграм») – официальные страницы.....	19
Социальная сеть Facebook («Фейсбук») – официальные страницы.....	21
Иные социальные сети.....	23
Личные страницы руководителей членских организаций в социальных сетях.....	25
Личные страницы председателей молодежных советов	29
Общие выводы.....	31
Раздел 3. Печатные издания	32
Раздел 4. Цифровизация профсоюзной деятельности.....	34
Уровень цифровизации деятельности ТООП и Профсоюзов	34
Уровень цифровизации деятельности организаций профсоюзов (членских организаций территориальных профобъединений)	36
Общие выводы.....	37

Введение

В период с июля по октябрь 2021 года Департаментом Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения было проведено масштабное обследование информационных ресурсов членских организаций ФНПР – всероссийских, межрегиональных профсоюзов (38 профсоюзов, далее – Профсоюз) и территориальных объединений организаций профсоюзов (82 объединения, далее – ТООП). Были проанализированы сайты членских организаций (их техническое состояние и содержательное наполнение), страницы в социальных сетях организаций и их молодежных советов (комиссий), личные страницы председателей членских организаций и председателей их молодежных советов (комиссий), печатные органы, а также проведен опрос среди членских организаций ФНПР о степени внедрения цифровых технологий в текущую работу профсоюзов. При проведении обследования фиксировалась дата замеров. Содержимое информационных ресурсов динамично изменяется, однако взрывного роста качества содержания (контента) или массового роста суммарной аудитории профсоюзных СМИ не наблюдается. Приведенные результаты целесообразно рассматривать как общие тенденции, безотносительно к отдельно взятой членской организации. При обследовании не учитывались страницы, группы, аккаунты и каналы профсоюзных организаций, входящих в структуру членских организаций ФНПР, при том что у ряда территориальных организаций и даже ППО, а также их руководителей есть обширный опыт в данном направлении.

Раздел 1. Сайты

Традиционной формой ведения информационной работы для профсоюзов стало наличие сайтов в сети «Интернет». Из 120 членских организаций ФНПР имеют сайты 110/33/77 (далее цифры приводятся в порядке ФНПР/Профсоюз/ТООП).

Нет сайтов у Регионального союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Еврейской автономной области», Союза «Объединение организаций профсоюзов Республики Ингушетия», Союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Тыва», Союза организаций профсоюзов Ямало-Ненецкого автономного округа, Союза «Объединение организаций профсоюзов Ханты-Мансийского автономного округа – Югры», Российского профсоюза работников среднего и малого бизнеса, Профессионального союза работников органов безопасности Российской Федерации, Общероссийского профессионального союза работников потребительской кооперации и предпринимательства, Российского профсоюза работников рыбного хозяйства, Межрегионального профессионального союза работников пищевых, перерабатывающих отраслей и смежных видов экономической деятельности Российской Федерации. Стоит отметить, что для всех членских организаций, включая вышеперечисленные, существует возможность вести свои страницы на сайте ФНПР – работать с обращениями, формировать новостную ленту. Однако данные организации этой возможностью не пользуются. Это дает основания предположить полное отсутствие информационной работы в данных организациях по этому направлению.

Большая часть сайтов членских организаций содержит достаточно полную «статичную» информацию – есть информация о председателях (105/33/72), раздел

о деятельности (90/25/65), контакты (110/33/77). При этом общим замечанием к разделу «Деятельность» является редкое обновление материалов. Данные разделы зачастую не обновляются по 3 года и более.

При этом только у 25 (32%) ТООП и 21 (63%) Профсоюза в открытом доступе размещен состав коллегиальных выборных органов.

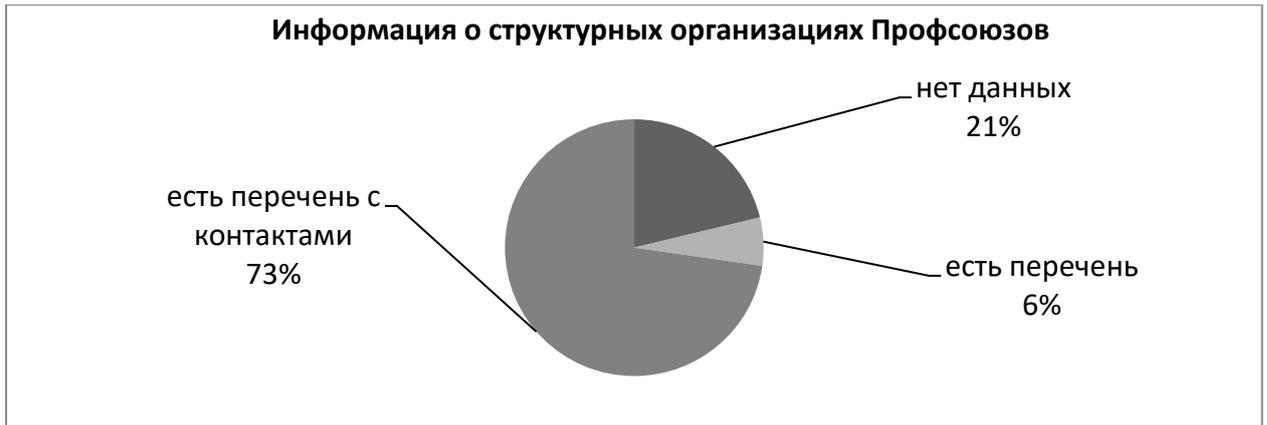
Регулярно размещают решения выборных органов на своем сайте только 19 Профсоюзов и 22 ТООП.



Такое положение дел может быть определено как «непубличность» коллегиальности принятия решений. У посетителей сайтов может складываться впечатление о единоличном или анонимном управлении организациями.

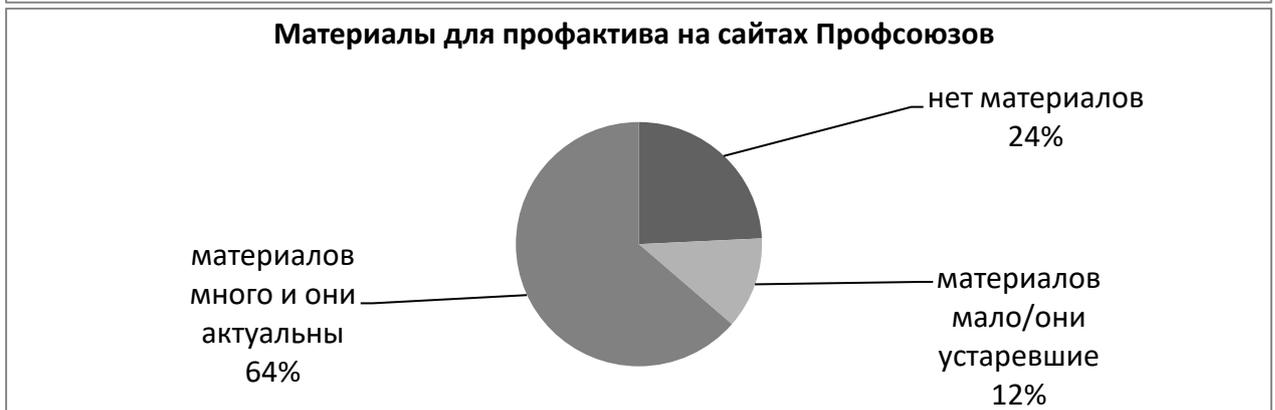
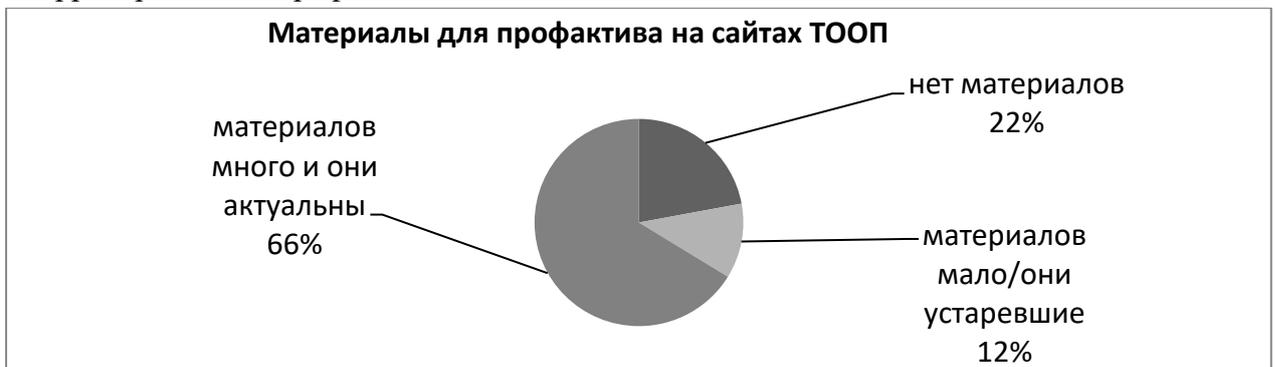
Данные о членских (структурных) организациях на большинстве сайтов имеются, однако не представляется возможным проверить актуальность размещенных контактных данных.



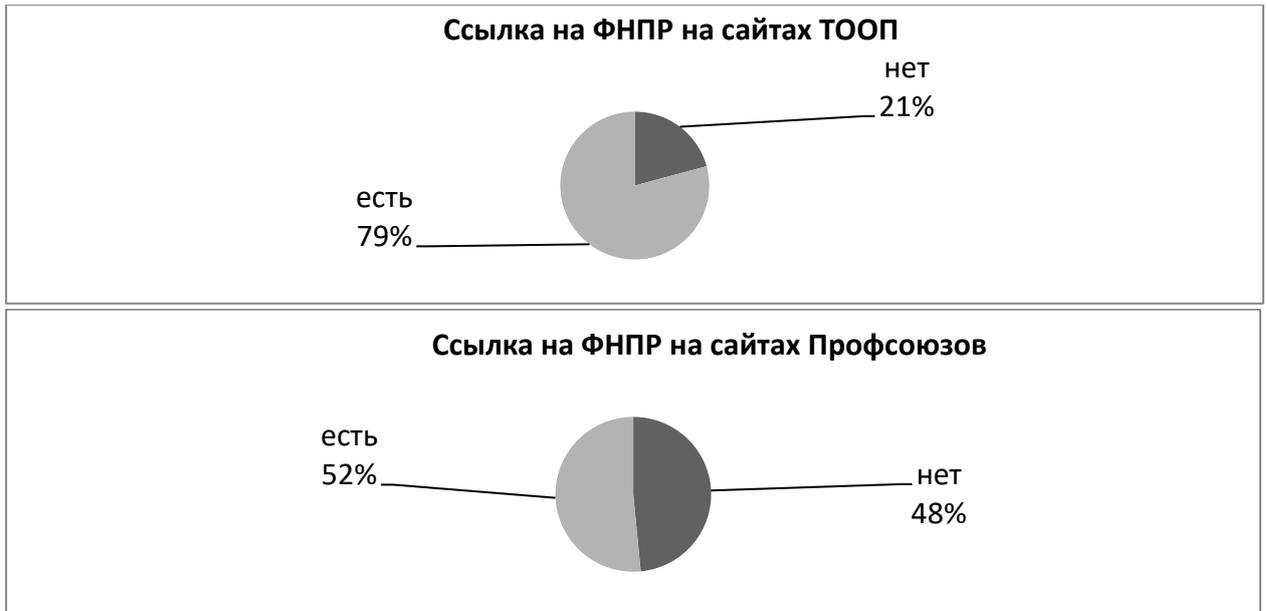


На ряде сайтов в разделах «Структура», «Руководство» опубликована информация об аппарате организации, что институционально неверно.

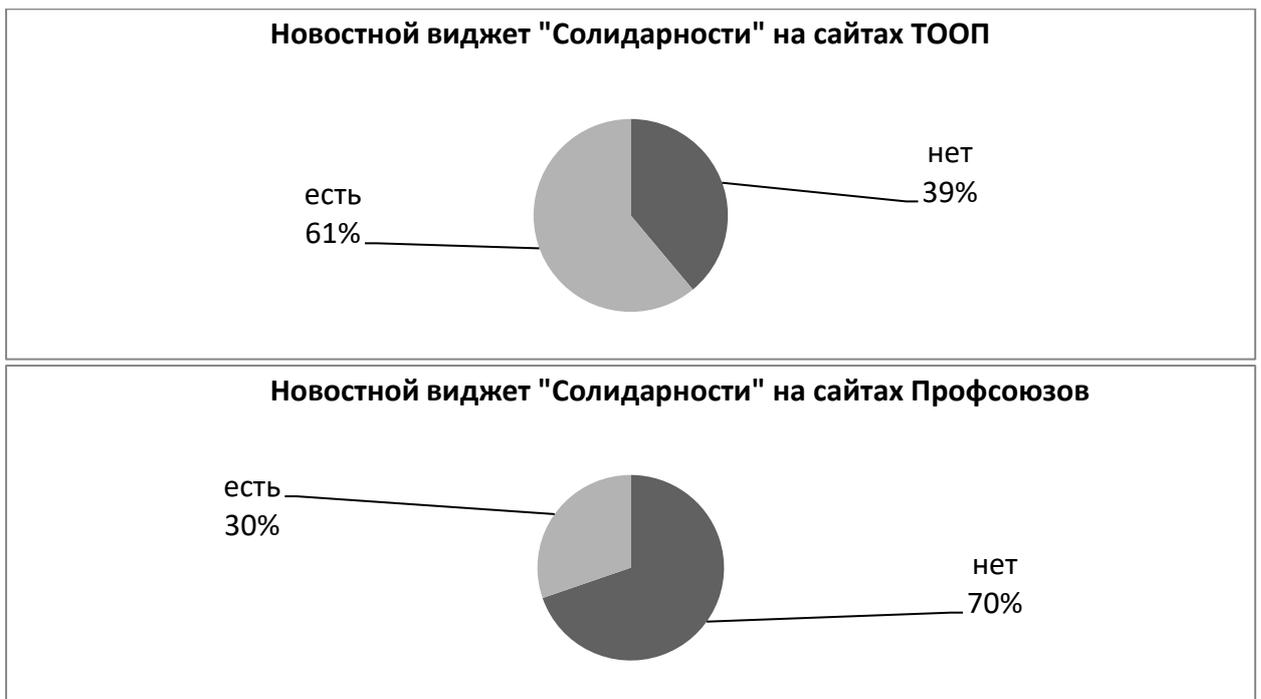
Большая часть сайтов содержит в открытом доступе методические материалы для профактива. Общим замечанием к этим материалам является частота их обновления и актуальность. Регулярно встречаются пособия, созданные 5-8 и более лет назад. При этом картина в процентном соотношении симметрична для отраслевых профсоюзов и территориальных профобъединений.



Если на сайтах ТООП ссылка/баннер, ведущая на сайт ФНПР, в том или ином разделе встречается у большего числа организаций, то половина сайтов отраслевых профсоюзов не содержат таких ссылок/баннеров вообще. Отсутствие такой ссылки или неупоминание о членстве в ФНПР может быть превратно истолковано посетителями сайта и профактивом.

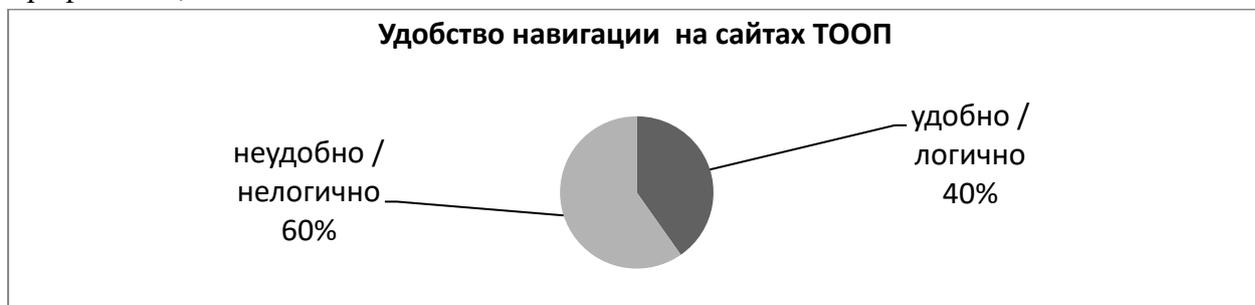


Современные технологии позволяют настраивать автоматическую публикацию на сайт новостей из других источников. Для этого в программный код сайта устанавливается «виджет» – набор команд, обеспечивающих ретрансляцию первоисточника в выбранный раздел сайта. Центральная профсоюзная газета «Солидарность» неоднократно обращалась к членским организациям, в том числе через профильный департамент Аппарата ФНПР, с предложением разместить на их сайтах свой виджет. Установка такого кода позволила бы в автоматическом режиме организациям получать обновление контента на собственном сайте без трудозатрат со стороны аппарата членской организации. На момент обследования этой возможностью воспользовались чуть более половины членских организаций ФНПР.

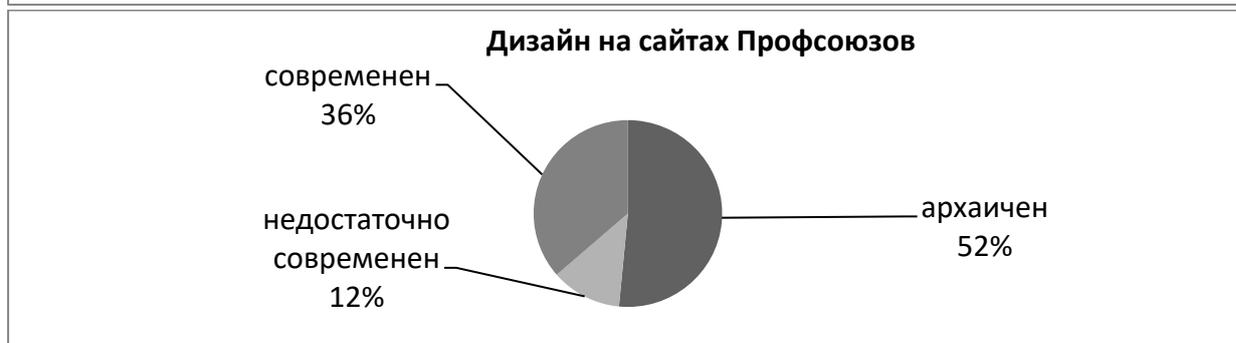
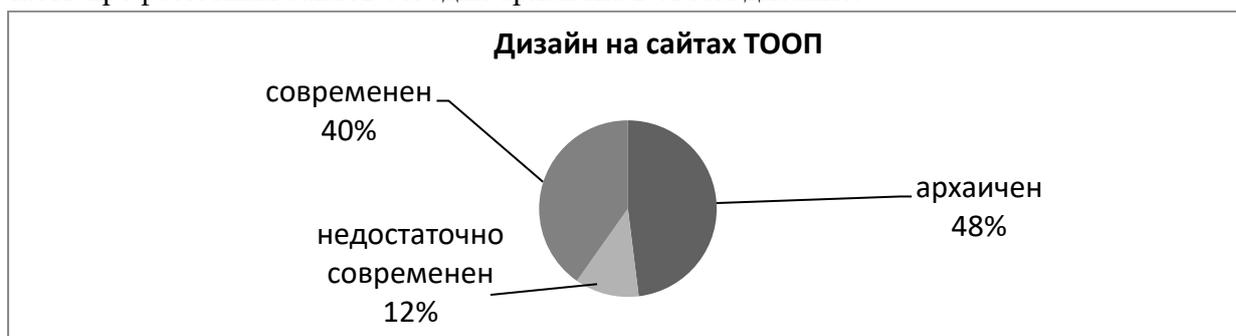


Большой проблемой для профсоюзных сайтов остается устаревшая архитектура.

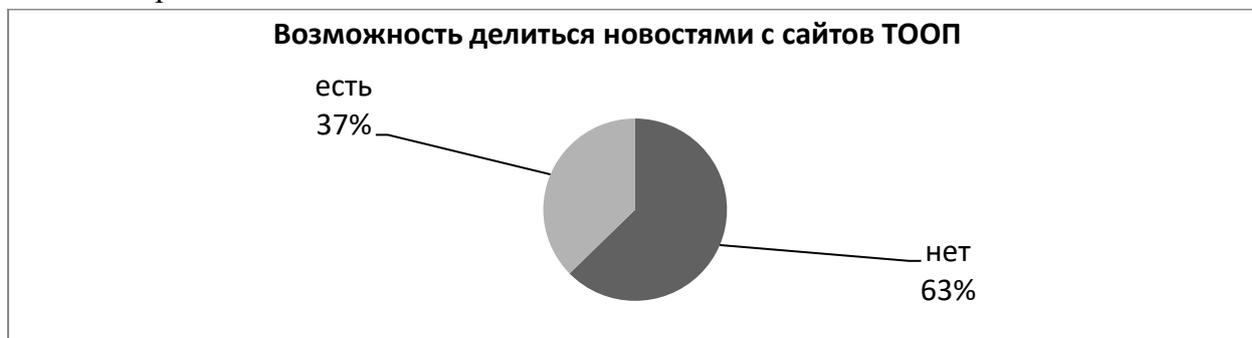
У современных пользователей сети «Интернет» достаточно высокие требования к удобству навигации. Сюда входят логика размещения материалов по разделам, простота заголовков разделов и самих материалов, наличие инструментов поиска по сайту. Оценка данного параметра показала, что на большинстве сайтов для человека, не владеющего профсоюзной терминологией, найти интересующий материал или получить комплексное представление о работе организации непросто. Ситуация симметрична как для Профсоюзов, так и для ТООП.



Высокие требования сегодня предъявляют пользователи и к современному дизайну сайтов. Внешняя привлекательность, качество графики, дизайн кнопок, подбор цветовой гаммы, расположение блоков – все это атрибуты дизайна сайтов. К сожалению, большая часть профсоюзных сайтов сегодня архаична в своем дизайне.



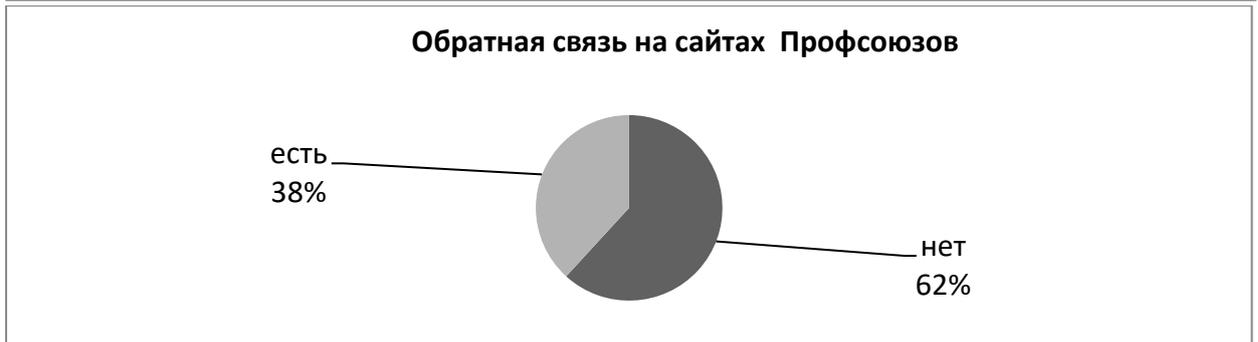
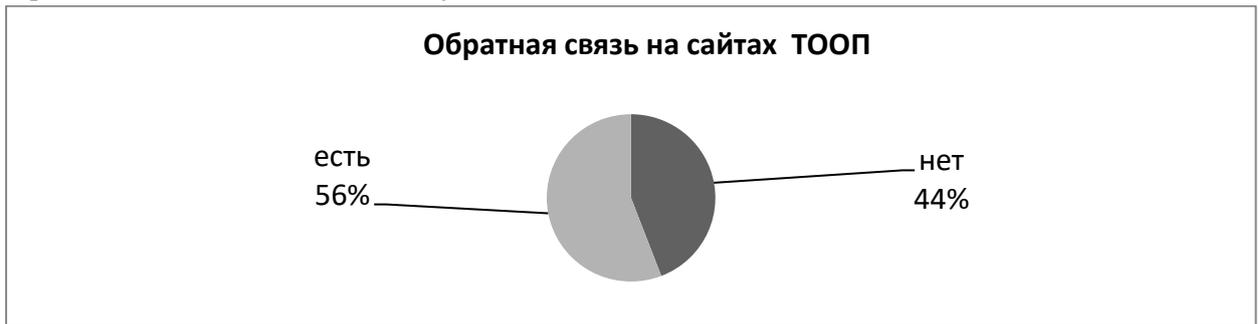
Одной из важных задач, стоящих перед профсоюзами сегодня при реализации информационной политики, является распространение профсоюзной информации в несоюзной среде. Самым простым инструментом для этого являются социальные сети. Профсоюзный активист может сделать это на личной странице в один клик, однако только при наличии соответствующих кнопок «Поделиться в социальных сетях» под новостью. Такую возможность своим активистам сегодня представляют сайты менее половины членских организаций ФНПР.



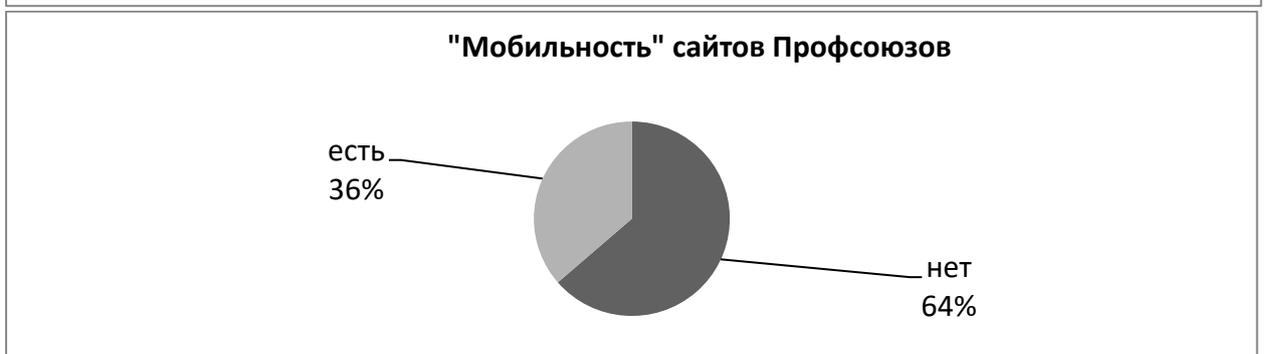
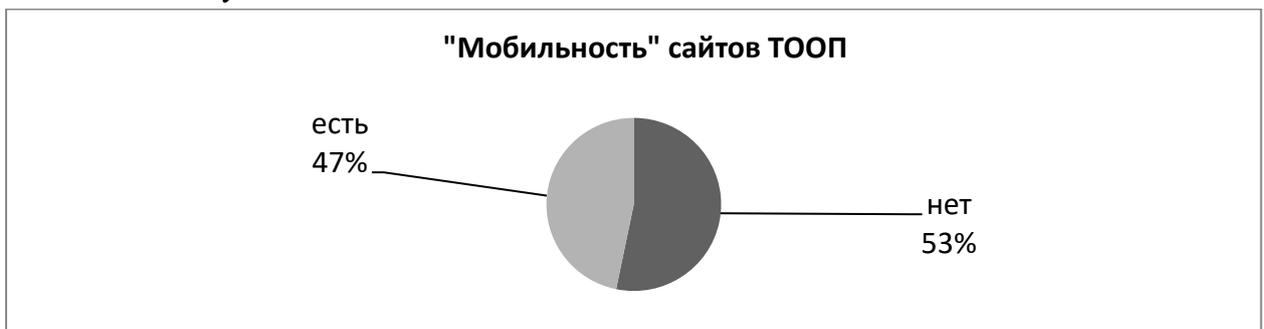
Работа членских организаций с социальными сетями была подвергнута отдельному анализу, при этом в разрезе аналитики сайтов стоит указать, что не все членские организации ФНПР, ведя свои страницы в социальных сетях, размещают ссылки на них на своих сайтах.



Не все сайты оснащены формами обратной связи – электронными приемными, сервисами дистанционных консультаций и т.п.



Важным критерием удобства использования сайтов является адаптивность верстки – то, как сайт отображается на мобильных телефонах и планшетах. Сегодня интернет-трафик неуклонно смещается в пользу мобильных устройств, особенно в личное время пользователей. При адаптивной верстке кнопки не уплывают, картинки не расплзаются, шрифты адаптируются под размер экрана устройства, навигация сохраняется в удобном формате. Оценка показала, что большей частью сайтов с мобильных устройств пользоваться неудобно.

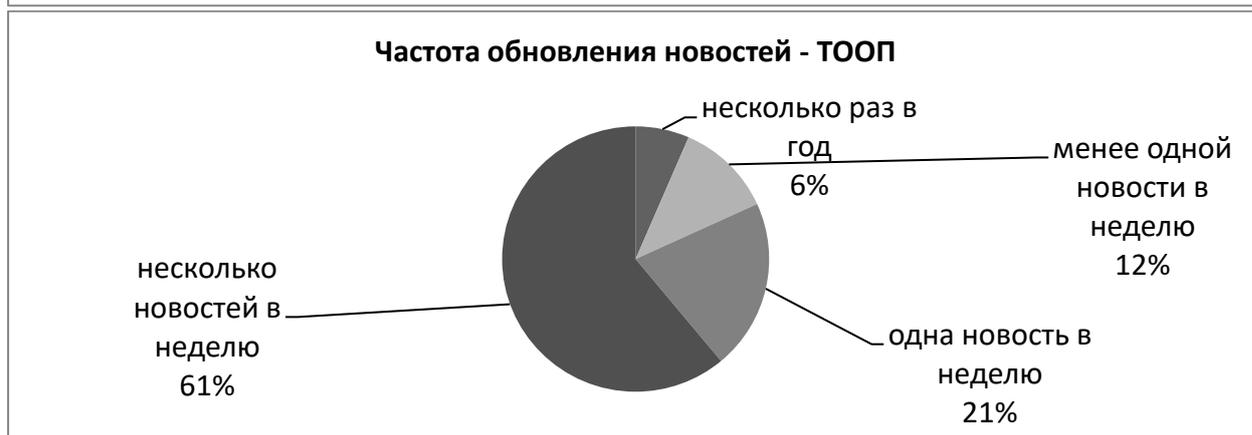
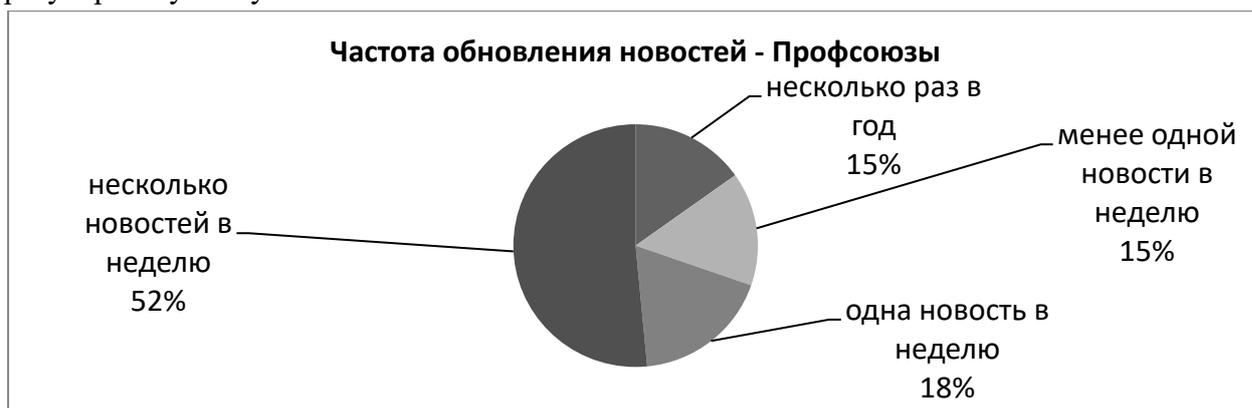


Приведенные выше данные свидетельствуют о низком уровне технического состояния сайтов членских организаций. С учетом скорости развития технологий

сایتостроительства членским организациям ФНПР стоит уделить отдельное внимание этому вопросу, предусматривая в бюджетах финансирование на реновацию сайтов или создание новых версий с нуля. Однако стоит отметить, что части ресурсов значительно бы помогла «генеральная уборка» – обновление материалов и их правильное распределение по разделам.

Отдельное внимание при обследовании было уделено содержанию новостных материалов.

Частота обновлений новостной ленты – лишь 52% Профсоюзов и 61% ТООП регулярно публикуют новости на сайте.



По содержанию это чаще всего новости членских (структурных) организаций, реже новости ФНПР. Еще реже – новости самого отраслевого профсоюза или профобъединения. Самый редкий контент – аналитические материалы, подготовленные членскими организациями ФНПР самостоятельно. При этом отраслевые профсоюзы гораздо реже публикуют новости ФНПР на своих сайтах, чем территориальные профобъединения, при условии еженедельной информационной рассылки актуальных материалов со стороны профильного департамента Аппарата ФНПР во все членские организации.

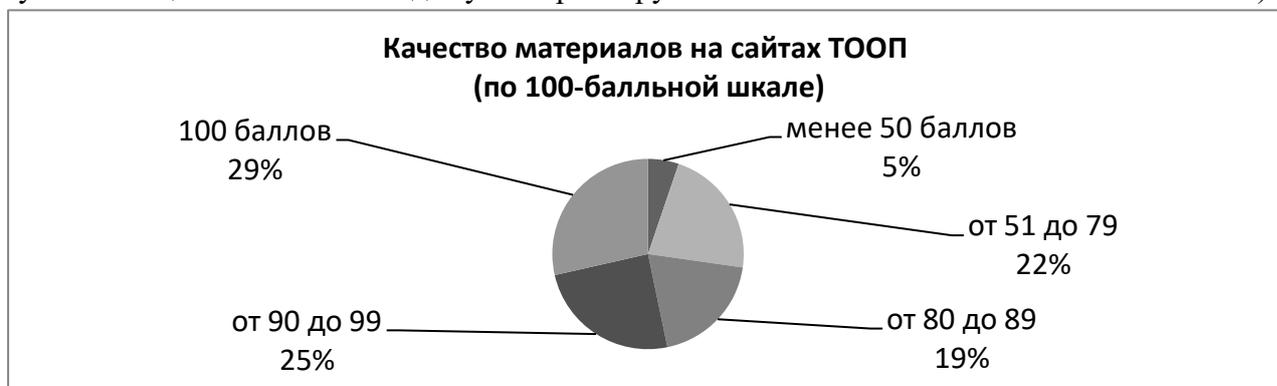


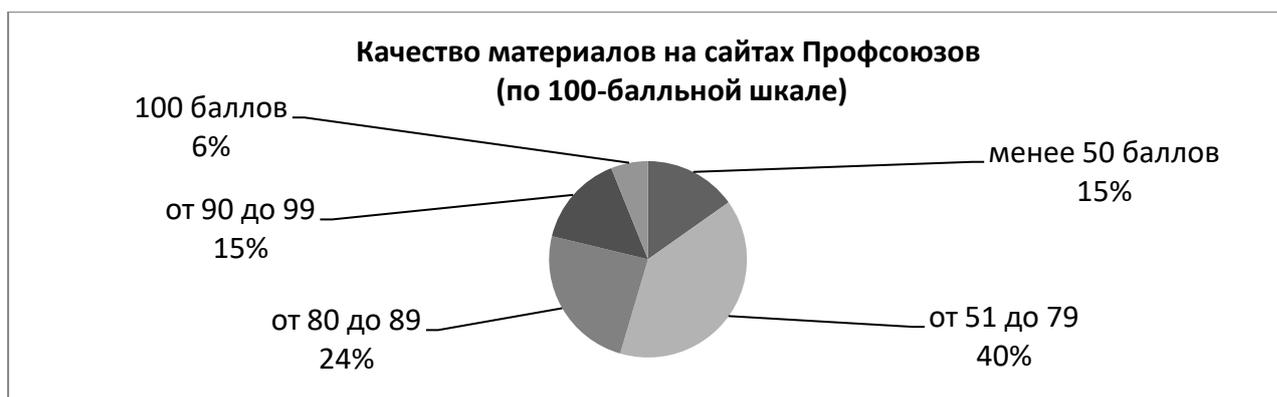


Была изучена структура новостных материалов. Ранее в 2021 году Департаментом Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения была подготовлена и передана в членские организации ФНПР «Инструкция по написанию новостей и характеристикам материалов, предоставляемых для официального сайта ФНПР в помощь пресс-секретарям, сотрудникам, отвечающим за информационную работу в аппаратах территориальных объединений организаций профсоюзов, общероссийских и межрегиональных профсоюзов». В соответствии с данной инструкцией были оценены следующие параметры текстов на сайтах членских организаций:

1. Содержательность заголовков (0 – не содержательны, 0,5 – почти, 1 – содержательны).
2. Наличие полной/достаточной информации об инфоповоде, который освещается в тексте (1 – есть, 0 – нет).
3. Наличие цитаты профсоюзных руководителей в тексте (1 – часто встречаются, 0,5 – иногда встречаются, 0 – нет).
4. Соблюдается ли принцип: одно событие – одна новость (1 – да, 0 – нет);
5. Логика текста (1 – есть, 0 – не выстроена).
6. Герои новости записаны по фамилии, имени; инициалы не используются (1 – да, 0 – нет).
7. Соответствие профсоюзной тематике (1 – соответствует, 0 – нет).
8. Переработка текстов материалов под публичный формат (1 – переработано, 0,5 средне переработано, 0 – не переработано).

По итогу экспертизы была выставлена средняя оценка материалов (как процент суммы оценок по каждому параметру от максимального числа баллов).





В части качества новостных материалов наиболее часто встречающиеся замечания – отсутствие комментариев руководителей к описываемым событиям (у трети материалов), «формальное название» героев публикаций (по фамилии, имени отчеству или фамилии и инициалам – на каждом пятом сайте). Достаточно часто встречаются новости, написанные с применением канцеляризмов, имеющие бессодержательные заголовки. Лишь 54,2% материалов содержат информацию, переработанную в публицистический формат.

Территориальные объединения организаций профсоюзов по федеральным округам

Анализируя сайты территориальных профобъединений по округам, можно отметить следующие ресурсы.

Дальневосточный федеральный округ. Положительно выделяются с точки зрения контента и структуры сайты Сахалинского областного союза организаций профсоюзов и Федерации профсоюзов Республики Саха (Якутия). Но в части современности эти сайты сильно проигрывают. Обратная ситуация в Союзе «Хабаровское краевое объединение организаций профсоюзов» – современная верстка при малом количестве информации о деятельности самого профобъединения (полнота наполнения разделов, число собственных новостей).

Приволжский федеральный округ. Федерация профсоюзов Республики Мордовия – имея современный сайт, не размещает новости ФНПР, нет информации о работе коллегиальных выборных органов. Высокой отметки заслуживает сайт Областного союза «Федерации профсоюзов Самарской области», при этом главный его недостаток – неполнота адаптивной верстки, что затрудняет работу с мобильного телефона (мелкие шрифты, не упрощенная навигация). Можно отметить Пермский краевой союз организаций профсоюзов «Пермский крайсовпроф» – сайт со сложной структурой, своевременным обновлением, разнообразными методическими материалами. Сайт Республиканского союза «Федерация профсоюзов Республики Башкортостан» – отличная подборка методических материалов.

Северо-Западный федеральный округ. Общий уровень сайтов округа – невысок, при грамотных, правильных текстах наличествует неразбериха в документах, разделах. Выгодно выделяется сайт Союза организаций профсоюзов – Вологодской областной Федерации профсоюзов, по архитектуре ему проигрывает сайт Союза «Межрегиональное Санкт-Петербурга и Ленинградской области объединение организаций профсоюзов «Ленинградская Федерация Профсоюзов», несмотря на большую полноту материалов.

Северо-Кавказский федеральный округ. Общий уровень сайтов – слабый: сайтов или нет, или частота обновления материалов крайне невысока. Положительно можно отметить сайт Территориального союза «Федерация профсоюзов Ставропольского края».

Сибирский федеральный округ. Сайты отличаются полнотой материалов и правильной структурой. Сайты с актуальными материалами и интуитивно понятной структурой: Алтайский краевой союз организаций профсоюзов (Алтайский крайсовпроф), Забайкальский краевой союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Забайкалья», Кемеровский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзных организаций Кузбасса», Омский областной союз организаций профсоюзов «Федерация омских профсоюзов». Общее замечание для округа – мало новостей ФНПР.

Уральский федеральный округ. Отличными по наполнению являются сайты Челябинского областного союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Челябинской области», Свердловского областного союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Свердловской области», однако они нуждаются в обновлении архитектуры и дизайна.

Центральный федеральный округ. На сайтах чаще, чем в других округах, представлена информация о выборных органах (состав, решения), при этом большинство сайтов архаичны по дизайну и архитектуре. Положительным примером служит сайт Рязанского областного союза организаций профсоюзов. Отдельно стоит рассматривать сайт Московской Федерации профсоюзов как пример реализации сложной многоуровневой архитектуры в сочетании с полнотой размещения материалов.

Южный федеральный округ. Положительно можно отметить только сайт Союза «Краснодарское краевое объединение организаций профсоюзов».

Всероссийские и межрегиональные отраслевые профсоюзы

Среди сайтов отраслевых профсоюзов можно выделить хорошо наполненные и ярко описывающие деятельность профсоюза в целом ресурсы. Это сайты Общероссийского профсоюза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства, Профсоюза работников лесных отраслей Российской Федерации, Российского профсоюза железнодорожников и транспортных строителей, Горно-металлургического профсоюза России. В то же время встречаются ресурсы, не дающие информации о профсоюзе, например – сайт Российского независимого профсоюза работников угольной промышленности. Как ранее было отмечено общим замечанием к сайтам отраслевых профсоюзов является их слабая связь с ФНПР – нет ссылок на сайт Федерации и ее новостей, нет виджетов газеты «Солидарность».

Общие выводы

К сожалению, можно отметить, что работа с сайтами не носит системного характера. По отдельным сайтам можно отследить, когда в течение пары месяцев проводят «генеральную уборку» – обновляют материалы, после чего большая часть материала не обновляется по году и более. Деятельность коллегиальных выборных органов представлена недостаточно. Мало материалов, указывающих на принадлежность членской организации к ФНПР. Размещенные методические рекомендации и материалы нуждаются в обновлении. Многие сайты не снабжены сертификатами безопасности (SSL), что ведет к их блокировке браузерами и понижает выдачу по запросам в поисковых системах.

Членским организациям рекомендуется:

1. рассмотреть возможность обновления архитектуры и дизайна (как минимум – разработать мобильную версию);
2. провести ревизию рубрик, разместить актуальные документы;

3. проверить работу всех ссылок на актуальность;
4. разместить новые виджеты газеты «Солидарность»;
5. проверить на актуальность контактные данные и ссылки на свои страницы в социальных сетях;
6. снабдить сайты SSL-сертификатами;
7. предусмотреть наличие специалистов (в штате или внешних), отслеживающих работоспособность сайта, следящих за актуальностью материалов.

Раздел 2. Социальные сети

Достаточно значимый объем трафика в сети «Интернет» сегодня приходится на социальные сети. Для объективной оценки потенциала социальных сетей для профсоюзов считаем целесообразным привести ряд показателей статистики. Ресурс «Медиаскоп» (<https://webindex.mediascope.net>) регулярно публикует данные по аудитории интернета в России. На сайте доступна информация по общей аудитории интернета и крупнейшим ресурсам.

Данные за август 2021 года для населения России (по всем населенным пунктам вне зависимости от численности населения) в возрасте от 12 лет (122 446,4 тыс. чел.) приведены в таблице 1.

Тип устройств	Ресурс	Мес. охват	МО%	В
ПК + мобильные	Facebook.com	35590,6	29,1 (7)	8,0
ПК + мобильные	Instagram.com	60289,6	49,2 (3)	26,0
ПК + мобильные	Odnoklassniki.ru	40320,3	32,9 (4)	16,0
ПК + мобильные	Telegram.org	37884,6	30,9 (6)	11,0
ПК + мобильные	TikTok	39726,9	32,4 (5)	36,0
ПК + мобильные	Vk.com	71384,2	58,3 (2)	30,0
ПК + мобильные	Youtube.com	78894,1	64,4 (1)	49,0
ПК	Facebook.com	12999,4	10,6	6,0
ПК	Instagram.com	16293,3	13,3	4,0
ПК	Odnoklassniki.ru	14716,0	12,0	19,0
ПК	Telegram.org	2383,7	1,9	2,0
ПК	TikTok	4183,3	3,4	3,0
ПК	Vk.com	30624,3	25,0	14,0
ПК	Youtube.com	34820,5	28,4	46,0
Мобильные	Facebook.com	26198,2	21,4	8,0
Мобильные	Instagram.com	51927,8	42,4	30,0
Мобильные	Odnoklassniki.ru	30322,3	24,8	12,0
Мобильные	Telegram.org	36268,0	29,6	11,0
Мобильные	TikTok	37036,4	30,2	39,0
Мобильные	Vk.com	60291,5	49,2	33,0
Мобильные	Youtube.com	66234,3	54,1	43,0

Таблица 1. Посещаемость крупнейших ресурсов интернета.

Где:

Мес. охват – количество человек, заходивших на ресурс хотя бы 1 раз за месяц, в тыс. чел.

МО% – количество человек, заходивших на ресурс хотя бы 1 раз за месяц, в % от населения.

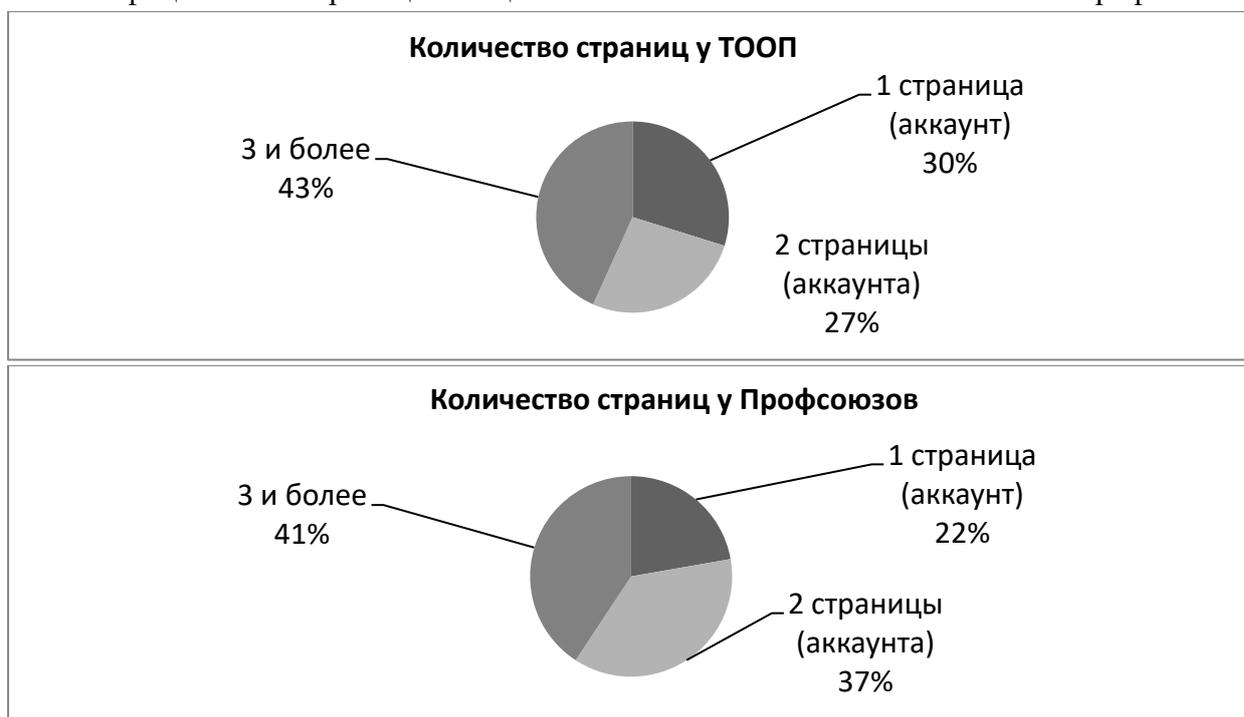
В – среднее количество минут, проведенных одним пользователем ресурса на сайте за день.

ПК – домашние либо рабочие компьютеры/ноутбуки.

Мобильные – смартфоны или планшеты.

Большая часть членских организаций не указывает свои официальные страницы и страницы своих молодежных советов в социальных сетях на официальных сайтах. По этой причине часть обследуемых страниц была самостоятельно найдена сотрудниками Департамента Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения. Поиск осуществлялся по «прямым» названиям организаций, а также близким тематическим запросам, например «Профсоюзы Москвы» и т.п. Если у членских организаций имеются страницы, не попавшие в исследование, вероятность нахождения рядовыми членами профсоюзов этих страниц также невелика. По критериям оценивались страницы в социальных сетях «ВКонтакте», Instagram и Facebook, по факту наличия – YouTube, Twitter, «Одноклассники», Telegram. Всего изучена 181 страница членских организаций, 49 страниц молодежных советов, 159 личных страниц руководителей членских организаций, 89 страниц председателей молодежных советов членских организаций ФНПР.

Официальные страницы в социальных сетях имеют 82% ТООП и 72% Профсоюзов.

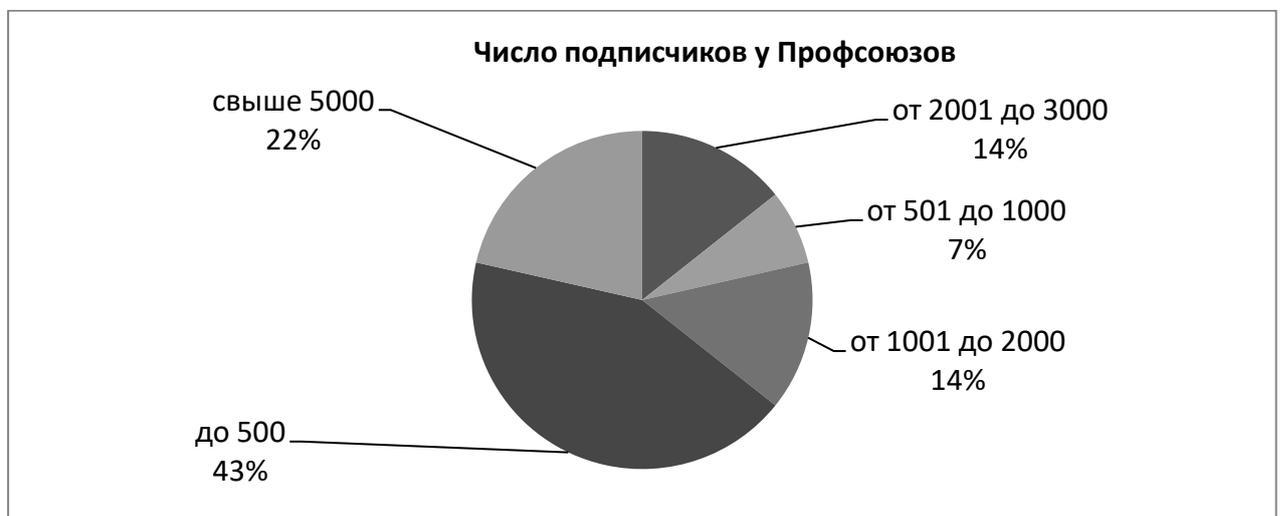
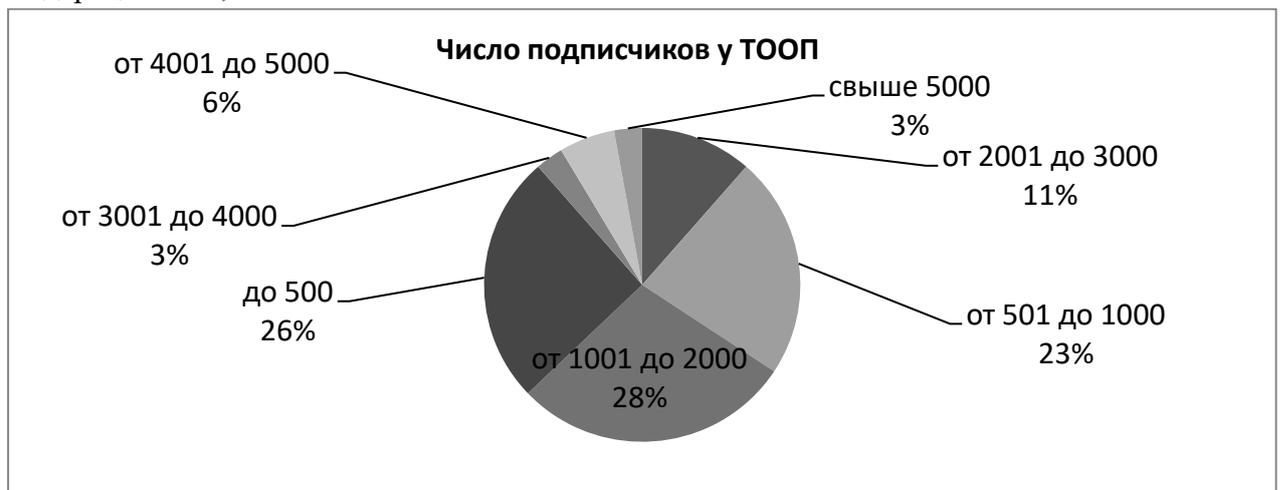


Рекордсмены: Московская Федерация профсоюзов (6 страниц) и Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства (7 страниц).

Социальная сеть «ВКонтакте» – официальные страницы

В данной сети ведут свои страницы 52 ТООП (63%) и 20 Профсоюзов (53%). Из них – у 17 ТООП и 6 Профсоюзов число подписчиков на странице – менее 100 человек. Лидером по числу подписчиков из ТООП является Региональный союз «Тамбовское областное объединение организаций профсоюзов» – 5,5 тыс. человек. Среди Профсоюзов – в тройке лидеров Российский профсоюз железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ) (5,7 тыс. чел.), Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства (6,4 тыс. чел.) и Профсоюз работников народного образования и науки Российской Федерации (8,2 тыс. чел.). Можно предположить корреляцию числа членов профсоюза и числа подписчиков, однако подобную связь отрицает страница Профсоюза работников лесных отраслей Российской Федерации с 1,1 тыс. подписчиков.

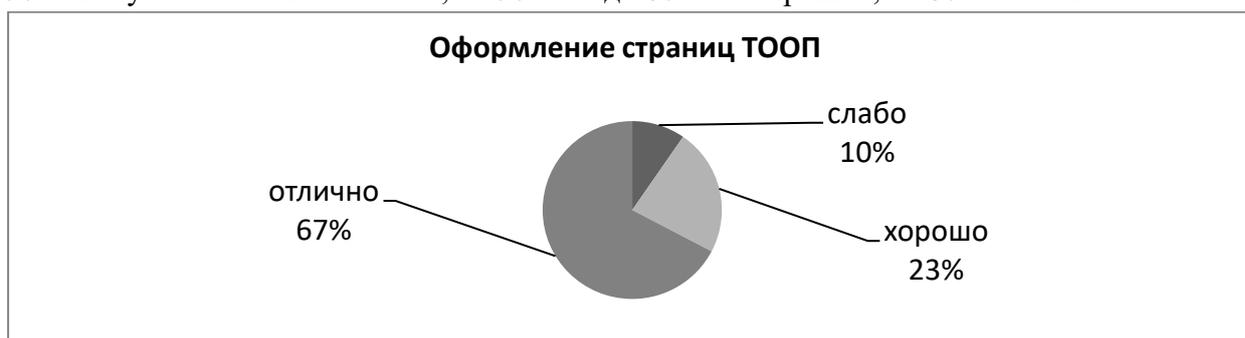
Для сравнения: на момент обследования на странице ФНПР было 2,5 тыс. подписчиков, Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» – 9,2 тыс. подписчиков. Для сравнения: на момент обследования на странице ФНПР было 2,5 тыс. подписчиков, Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» – 9,2 тыс. подписчиков. У Башкирской республиканской организации Профсоюза работников народного образования и науки Российской Федерации – 12,4 тыс., у Студенческого координационного совета Профессионального союза работников народного образования и науки Российской Федерации – 24,4 тыс.



Суммарное число подписчиков по членским организациям: ТООП – 52 тысячи человек, по Профсоюзам – 30 тыс. человек. Однако говорить об этих цифрах в чистом виде нельзя, так как многие профсоюзные активисты подписаны на страницы своих коллег, и оценить степень этого пересечения невозможно.

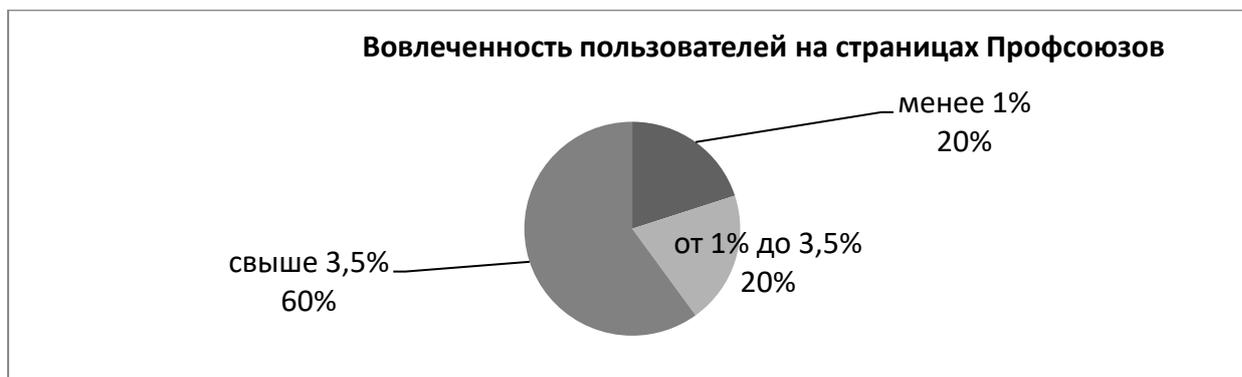
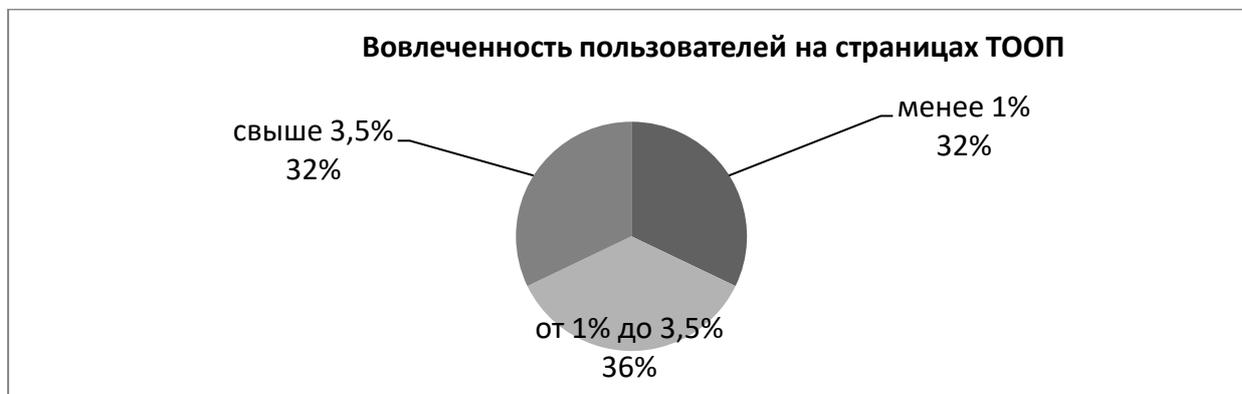
Очень сильно «хромает» частота публикаций – на 33% страниц посты выходят с интервалом 1 раз в месяц и реже или отдельными публикациями несколько раз в год.

Была оценена и визуальная составляющая страниц по параметрам: наличие описания профиля, наличие ссылки на сайт организации, современность оформления и наличие общего стиля публикаций, по итогу чего выведена средняя оценка восприятия (при расчете все показатели были равновесны). Была применена следующая шкала ранжирования: менее 50% по сумме баллов – «слабо», от 50% по до 80% – «хорошо», от 80% – «отлично».



По представленным данным можно судить, что большинство членских организаций ФНПР компетентно визуально оформляют свои страницы в сети «ВКонтакте». Большая часть страниц правильно оформлены, имеют заполненные данные, общий или близкий стиль оформления публикаций. Соответственно, причину низкой вовлеченности можно искать не в оформлении, а в содержании материалов страниц. Большая часть групп состоит из собственных новостей и репостов со страниц своих членских организаций. При этом сами тексты зачастую длинные и слабо адаптированы под формат социальной сети. Практически ни у кого не встречается «вечнозеленый контент» (так принято называть публикации, актуальные в любой момент, например «Зачем вступать в профсоюз», «Льготы и гарантии члена профсоюза» и тому подобное). Именно распространение такого контента через репосты на личные страницы профсоюзных активистов способно наращивать аудиторию страниц. Положительными примерами в создании такого контента можно назвать страницы Союза «Федерация организаций профсоюзов Оренбургской области», Челябинского областного союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Челябинской области», Российского профсоюза железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ).

Показатель активности подписчиков для групп был рассчитан¹ как отношение среднего числа положительных реакций на последние 10 публикаций («лайков» + комментариев + репостов) к числу подписчиков страницы. У большинства людей работает алгоритмическая лента, отображающая в новостях публикации, в зависимости от их текущей популярности у пользователей. Те, у кого моментально появляется большое количество реакций, выходят в топ, а менее востребованные группы и публикации вообще остаются без шансов подняться в выдаче социальной сети.



В SMM (Social Media Marketing – тип интернет-маркетинга, который используется в социальных сетях для продвижения страниц, увеличения трафика, привлечения новых подписчиков) приняты следующие нормы:

- менее 1% – низкий показатель;
- от 1% до 3,5% – средний показатель;
- от 3,5 % до 6% – высокий показатель;
- свыше 6% – очень высокий показатель.

Из членских организаций высокими показателями вовлеченности аудитории «ВКонтакте» отличаются Костромской областной союз «Федерация организаций профсоюзов Костромской области» (24%), Курганский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Курганской области» (16%), из отраслевых профсоюзов – Профсоюз работников агропромышленного комплекса Российской Федерации (4,9%).

Кроме официальных страниц во «ВКонтакте», есть группы молодежных советов (молодежного актива) отдельных членских организаций. Из 120 членских организаций такие страницы удалось найти у 39: 35 страниц ТООП и 4 Профсоюза. Общее число

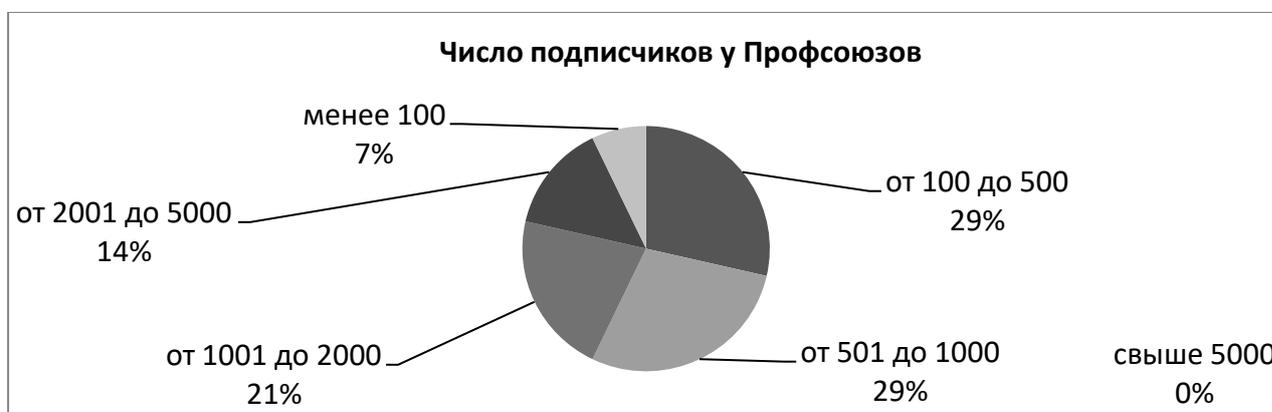
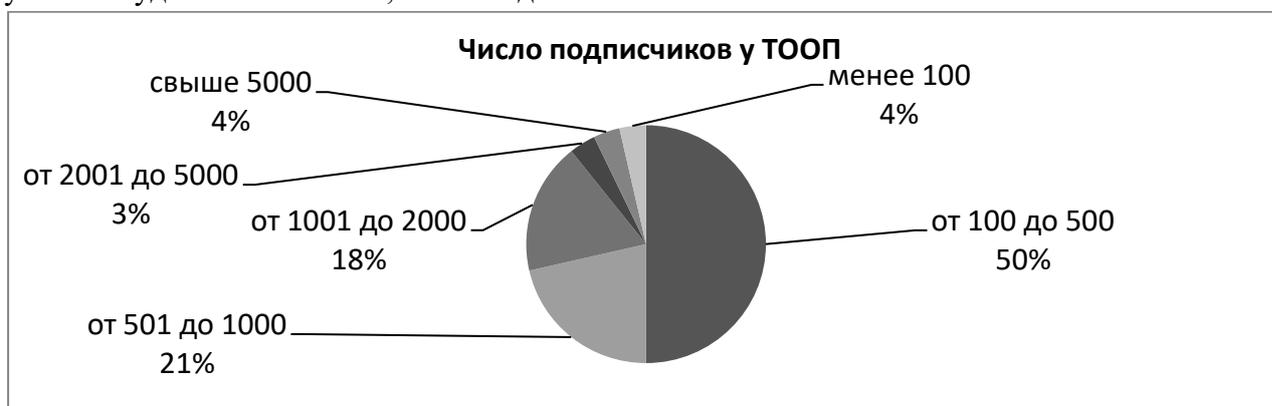
¹ Рассчитан только для страниц с числом подписчиков выше 100 человек.

подписчиков – 65 тысяч, что больше, чем в официальных сообществах. Как активно ведущиеся можно отметить группы молодежи Союза «Объединение организаций профсоюзов Ярославской области», Красноярского краевого союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Красноярского края», Союза «Объединение организаций профсоюзов Республики Бурятия», Союза организаций профсоюзов «Новгородская областная Федерация профсоюзов», Российского профсоюза железнодорожников и транспортных строителей, Общероссийского Профсоюза образования (группа Студенческого координационного совета).

Социальная сеть Instagram («Инстаграм») – официальные страницы

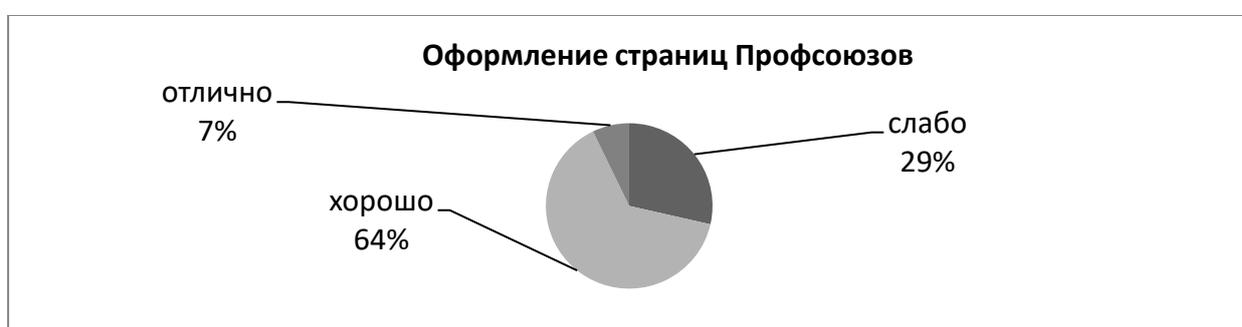
В данной сети ведут свои страницы 38 ТООП (46%) и 14 Профсоюзов (37%) с общей аудиторией 45,2 тыс. человек и 13,2 тыс. человек соответственно. В лидерах по подписке среди ТООП – Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Приморского края» с 10,6 тыс. подписчиков, на втором месте – Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Саха (Якутия)» – 4,2 тыс. подписчиков. Среди отраслевиков – Российский профсоюз железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ) с 2,5 тыс. подписчиков и Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства с 3,2 тыс. подписчиков.

Для сравнения: на момент обследования на странице ФНПР было 2,3 тыс. подписчиков, Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» – 2,2 тыс. подписчиков. При этом менее 100 подписчиков имеют только 1 Профсоюз и 1 ТООП. Для сравнения: у ППО студентов МГУ – 10,4 тыс. подписчиков.



При оценке технической части ведения страниц были оценены параметры, которые делают страницу для пользователя удобной и интересной: наличие историй, наличие

актуальных историй, наличие описания профиля, наличие ссылки на сайт организации в шапке профиля, коммуникация с аудиторией, современность, наличие общего стиля публикаций (при расчете все показатели были равновесны). Была применена следующая шкала ранжирования: менее 50% по сумме баллов – «слабо», от 50% до 80% – «хорошо», от 80% – «отлично».

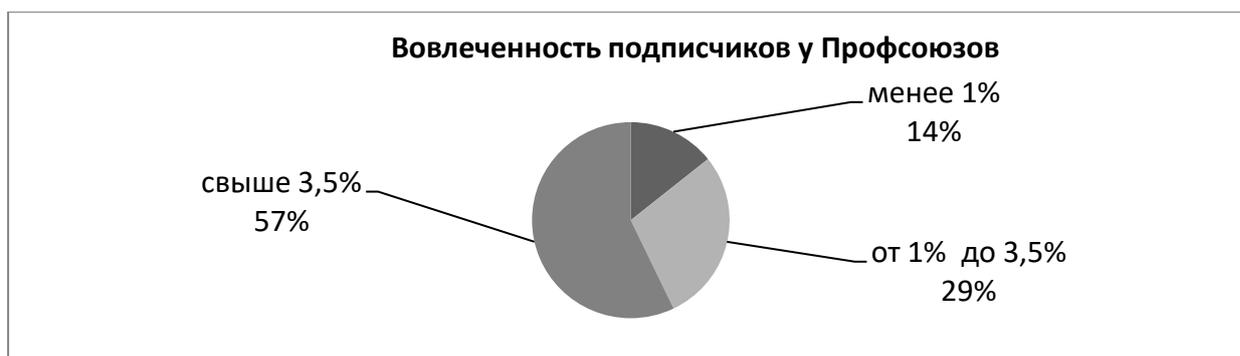


Стоит отметить, что меньше всего профсоюзы в «Инстаграме» работают с инструментом «Истории», а именно их, а не ленту публикаций, все чаще просматривают пользователи, по мнению экспертов SMM.

В части контента на «маленьких» по числу подписчиков страницах чаще встречаются новости. С учетом того, что «Инстаграм» – сеть визуальной информации, возможно, именно это и ограничивает рост их подписки, так как достаточно сложно подобрать «живую», «цепляющую» фотографию к материалу о заседании президиума или комиссии. На «больших» же страницах достаточно регулярно публикуется «вовлекающий контент» – цитаты, полезная информация, оформленная не текстом, а карточками. Такие сообщения всегда собирают больше отклика аудитории.

Показатель активности подписчиков для групп был рассчитан как отношение среднего числа положительных реакций на последние 10 публикаций («лайков» + комментариев) к числу подписчиков страницы. Нормы те же, что для «ВКонтакте»: менее 1%, от 1 до 3,5 %, свыше 3,5%.





По данным можно сделать вывод о наличии в социальной сети «Инстаграм» целевой аудитории профсоюзных организаций и ее активности на профсоюзных ресурсах, чему способствует качественная работа ряда членских организаций ФНПР. Этот опыт заслуживает распространения. Высокими показателями вовлеченности отличаются страницы Профсоюза работников водного транспорта Российской Федерации (6,4%) Горно-металлургического профсоюза России (11,3%), Российского профсоюза трудящихся авиационной промышленности (12,8%), Союза «Федерация организаций профсоюзов Оренбургской области» (7,5%).

В «Инстаграме» образцовой по ведению страницы можно назвать Федерацию профсоюзов Приморского края – она лидирует по аудитории и оформлению, в этой сети можно также отметить аккаунты: Союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Саха (Якутия)», Союза «Объединение организаций профсоюзов Кабардино-Балкарской Республики», Территориального союза «Федерация профсоюзов Ставропольского края», Алтайского краевого Союза организаций профсоюзов (Алтайский крайсовпроф), Горно-металлургического профсоюза России, Российского профсоюза железнодорожников и транспортных строителей, Общероссийского профессионального союза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства.

Социальная сеть Facebook («Фейсбук») – официальные страницы

В данной сети ведут свои страницы (группы) 39 ТООП (47,5%) и 18 Профсоюзов (47%)

с общей аудиторией 16 тыс. человек и 8,7 тыс. человек соответственно. У 4 Профсоюзов и 8 ТООП страницы (группы) не обновляются, включая ресурс Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Саха (Якутия)», на котором, в отличие от остальных, без малого 2 тыс. подписчиков. Суммарная аудитория не обновляющихся страниц – 3,5 тыс. Менее 100 подписчиков имеют 5 Профсоюзов и 9 ТООП. Таким образом, в данной социальной сети присутствует фактически 11 отраслевых и 29 территориальных активных ресурсов членских организаций. Из которых в 20 ТООП и 2 Профсоюзов контент обновляется крайне нерегулярно.

В лидерах по подписке среди ТООП Свердловский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Свердловской области» с 2,3 тыс. подписчиков и Московская Федерация профсоюзов – 2,4 тыс. подписчиков. Среди отраслевиков – Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства с 3,9 тыс. подписчиков. Для сравнения: на момент

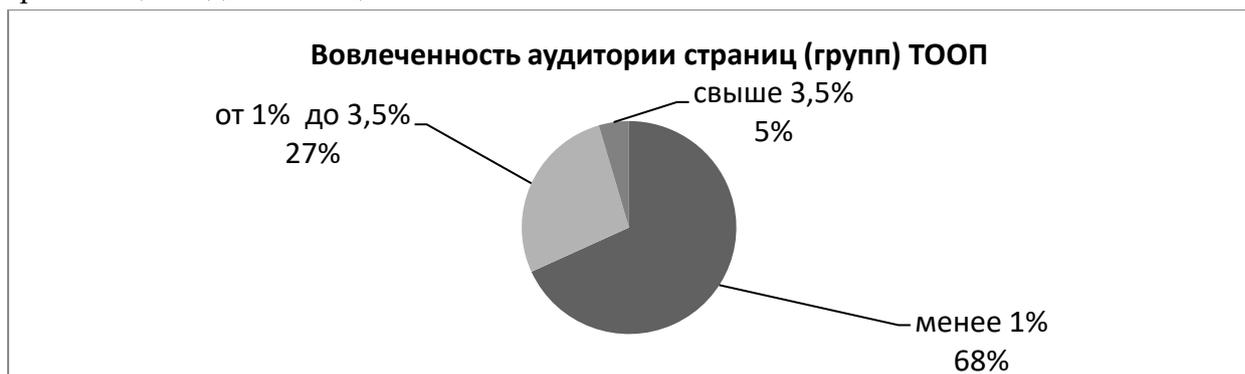
обследования на странице ФНПР было 1 тыс. подписчиков, Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» – 3,9 тыс. подписчиков.

При оценке технической части ведения страниц были оценены параметры, которые делают страницу для пользователя удобной и интересной: наличие ссылки на сайт организации в шапке, наличие описания профиля, коммуникация с аудиторией, наличие общего стиля публикаций, современность (при расчете все показатели были равновесны). Была применена следующая шкала ранжирования: менее 50% по сумме баллов – «слабо», от 50% по до 80% – «хорошо», от 80% – «отлично».



Полученные данные говорят о том, что в целом группы и страницы достаточно грамотно оформлены и причины низкой активности подписчиков нужно искать в другой плоскости. Примером оформления, несмотря на малое число подписчиков, может служить ресурс Всероссийского «Электропрофсоюза».

Показатель активности подписчиков для групп был рассчитан как отношение среднего числа положительных реакций на последние 10 публикаций («лайков» + комментариев + репостов) к числу подписчиков страницы. Нормы те же, что для «ВКонтакте» и «Инстаграма», – менее 1%, от 1 до 3,5 %, свыше 3,5%. Обследование показало низкий уровень вовлеченности аудитории на страницах и в группах членских организаций в данной социальной сети.





Текущая картина говорит о том, что фактически сегодня потенциал сети «Фейсбук» членскими организациями ФНПР не используется. Однако с учетом того, что по месячному охвату данная сеть стоит на последнем месте, вопрос целесообразности направления дополнительных ресурсов на ее освоение профсоюзами остается открытым.

Иные социальные сети

Данные о социальных сетях крайне редко встречаются на сайтах членских организаций, поэтому большая часть аккаунтов, описанная в данном разделе, была найдена в ходе обследования при помощи поисковых запросов.

Самой популярной сетью в России сегодня остается Youtube («Ютуб»). Количество человек, заходивших на ресурс хотя бы 1 раз за месяц, в % от населения страны – 64,4%. При этом только 18 (22%) ТООП и 11 (29%) Профсоюзов имеют там свои каналы.

У ТООП суммарное число подписчиков – 1,3 тыс. человек, при том что 2 канала скрыли число подписчиков. 2 канала брошены более 5 лет назад, 1 канал не содержит видео. Большинство организаций использует каналы как место размещения видео для последующего использования на своих сайтах и соцсетях. Из ТООП в «Ютубе» можно отметить только Союз «Межрегиональное Санкт-Петербурга и Ленинградской области объединение организаций профсоюзов «Ленинградская Федерация Профсоюзов», собравший на своем канале почти половину аудитории – чуть менее 750 подписчиков. С точки зрения контента можно отметить Пензенский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Пензенской области» и Московскую Федерацию профсоюзов.

У Профсоюзов картина схожа. Общая аудитория – 1,9 тыс., из которых 1,35 тыс. – подписчики канала Профсоюза работников народного образования и науки Российской Федерации. 3 канала скрыли число подписчиков, а 2 не публикуют материалы более 4 лет. В части контента могут служить примерами каналы Общероссийского профессионального союза работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства, Российского профсоюза железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ), Всероссийского «Электропрофсоюза».

Для сравнения (на дату обследования): на канале «Профсоюз-ТВ» – 268 подписчиков, ФНПР – 2 тыс. подписчиков, Центральной профсоюзной газеты «Солидарность» – 450.

Сложность работы с «Ютубом» заключается в больших трудозатратах на подготовку контента (сценарий, съемки, монтаж), при том что сегодня мобильные устройства и бесплатные приложения для видеомонтажа до определенной степени сделали стоимость

видеопродукции невысокой. Вторым нюансом является отсутствие в профсоюзной среде специалистов по продвижению в данной сети.

Активно развивается сеть Telegram («Телеграм»), обойдя сегодня в рейтинге «Фейсбук». В открытом доступе для каналов можно оценить только число подписчиков. Практически все эти каналы созданы за последние 2 года. В Таблице 2 приведен список Телеграм-каналов членских организаций ФНПР.

№	Телаграм-канал	Число подписчиков
1.	Российский профсоюз железнодорожников и транспортных строителей (РОСПРОФЖЕЛ) https://t.me/rosprofzhel_rzd	6933
2.	Общероссийский профсоюз арбитражных управляющих https://t.me/orpau	2533
3.	Профсоюз работников здравоохранения Российской Федерации https://t.me/przr	480
4.	Профсоюз адвокатов России https://t.me/advokatps	365
5.	Российский профессиональный союз трудящихся авиационной промышленности https://t.me/profaviaunion	317
6.	Профессиональный союз гражданского персонала Вооруженных Сил России https://t.me/psvsrfru	300
7.	Общероссийский профессиональный союз работников жизнеобеспечения https://t.me/alswu	115
8.	Региональный союз «Ивановское областное объединение организаций профсоюзов» https://t.me/ivanovoprof	92
9.	Российский профессиональный союз работников инновационных и малых предприятий https://t.me/rosinprof	73
10.	Союз «Краснодарское краевое объединение организаций профсоюзов» https://t.me/souz_kkoop	41
11.	Союз организаций профсоюзов «Волгоградский областной Совет профессиональных союзов» https://t.me/volgoprof	37
12.	Красноярский краевой союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Красноярского края» https://t.me/fpkk_ru	19
13.	Кемеровский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзных организаций Кузбасса» https://t.me/profkuzbass2020	12

Таблица 1. Список Телеграм-каналов членских организаций ФНПР.

Для сравнения (на дату обследования): на канале «Ленинский, 42» – 4142 подписчиков, ФНПР – 731 подписчик.

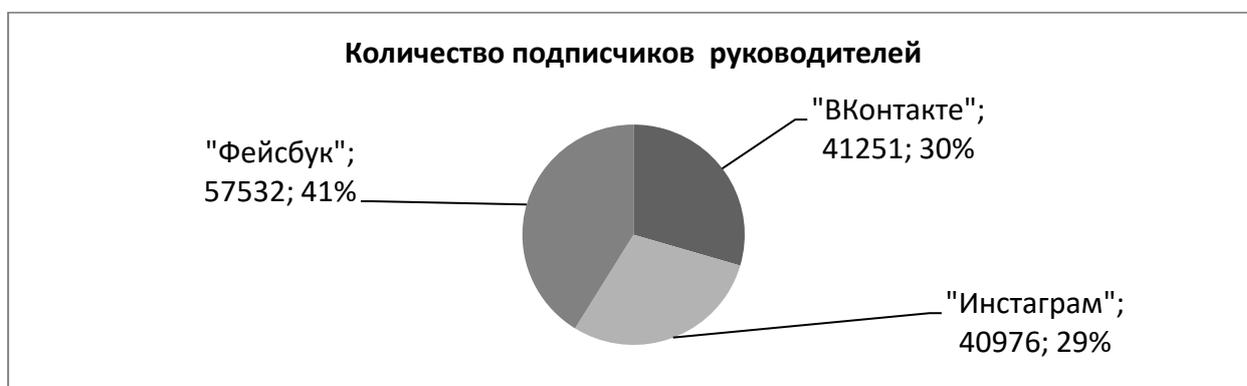
В социальных сетях «Одноклассники», «Твиттер» (Twitter) и TikTok («ТикТок») группы членских организаций не оценивались.

Личные страницы руководителей членских организаций в социальных сетях

В ходе обследования отдельно были изучены личные страницы секретарей – представителей ФНПР в федеральных округах, руководителей членских организаций ФНПР, председателей молодежных советов (комиссий) членских организаций ФНПР. Страницы для обследования были найдены при помощи поисковых запросов (по аналогии с тем, как бы искали своих лидеров члены профсоюзов). Соответственно не попали в обследование те пользователи, чьи имена и фамилии указаны ими самими некорректно, и те, кто пользуется в социальных сетях вымышленными именами (никнеймами). В результате анализа «ВКонтакте» было найдено 38 аккаунтов из 120 возможных. В «Инстаграме» – 53, в «Фейсбуке» – 68, что делает эту сеть наиболее популярной среди профсоюзных лидеров, при том, что по числу официальных страниц организаций эта сеть оказалась самой непопулярной.



Данные по подписчикам руководителей (в долях и числе подписчиков) выглядят следующим образом:



При этом нужно учитывать, что, вероятнее всего, в «Фейсбуке» эта цифра выше, так как ряд руководителей скрыли показ своих подписчиков в настройках профиля. Суммарное число подписчиков руководителей членских организаций ФНПР и секретарей ФНПР по федеральным округам по всем социальным сетям – чуть меньше 140 тыс. человек. Это не намного меньше суммарного числа подписчиков официальных страниц (165 тыс. человек).

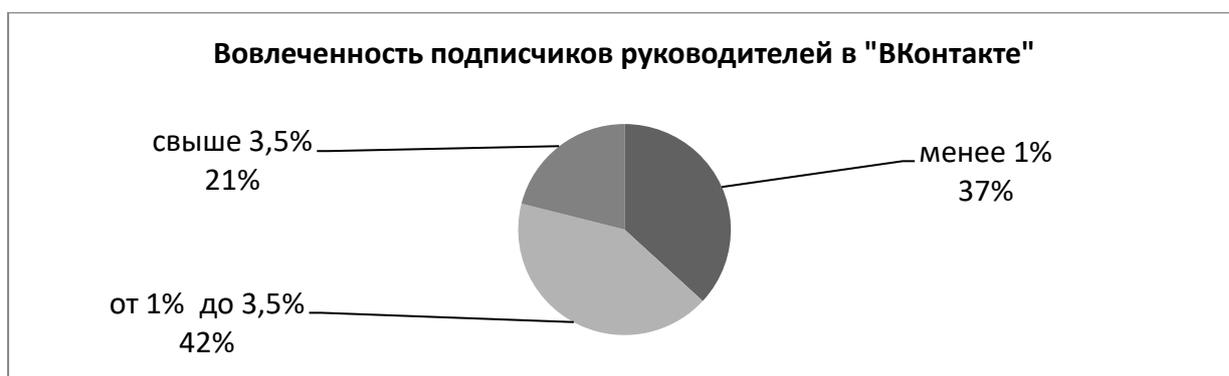
В социальной сети «ВКонтакте» из 8 секретарей – представителей ФНПР в федеральных округах найдены страницы трех. У одного – на странице практически весь материал посвящен работе в профсоюзах: репосты из профсоюзных источников, личное участие в мероприятиях. Частота публикаций – до 10 в неделю. При числе подписчиков свыше 1,2 тыс. человек вовлеченность аудитории на этой странице – 9,7%, что считается

высоким показателем. У второго пользователя – страница со смешанным контентом «рабочее – личное», в части «рабочих» публикаций – в основном репосты с профсоюзных страниц. При меньшем числе подписчиков и более редком постинге вовлеченность подписчиков выше. Третья страница – полностью личная.

Найдены и обследованы 35 личных страниц (28 председателей ТООП и 7 председателей Профсоюзов). По типу контента их можно разделить на «рабочие» – где превалирует профсоюзная информация, «смешанные» – где достаточно много личной информации, «личные» – где не размещается профсоюзная информация – и «брошенные» – обновления материала на которых не производится более полугода, «закрытые» – с ограниченным кругом лиц, кому доступно содержимое страницы для просмотра, и «пустые» – содержащие фото, информацию, позволяющие точно идентифицировать человека, но не содержащие публикаций.



Брошенные личные страницы в меньшей степени влияют на имидж организаций, чем брошенные страницы самих организаций. Для оценки качества страниц обследовались только активно ведущиеся страницы. В целом подписчики достаточно активно реагируют на контент профсоюзных руководителей. На всех 19 (21 с учетом секретарей) страницах у руководителей указана принадлежность к профдвижению (место работы – ссылка на страницу организации или ее сайт в сети Интернет).



Лидер по числу подписчиков – Ветлужских Андрей Леонидович, председатель Свердловского областного союза организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Свердловской области», на него подписаны 12 тысяч пользователей «ВКонтакте». Лидеры по отклику аудитории среди руководителей ТООП, у публикаций которых коэффициент выше 10%, – Богачев Вадим Александрович, председатель Союза «Севастопольское объединение организаций профсоюзов» (страница со смешанным контентом), и Соловьев

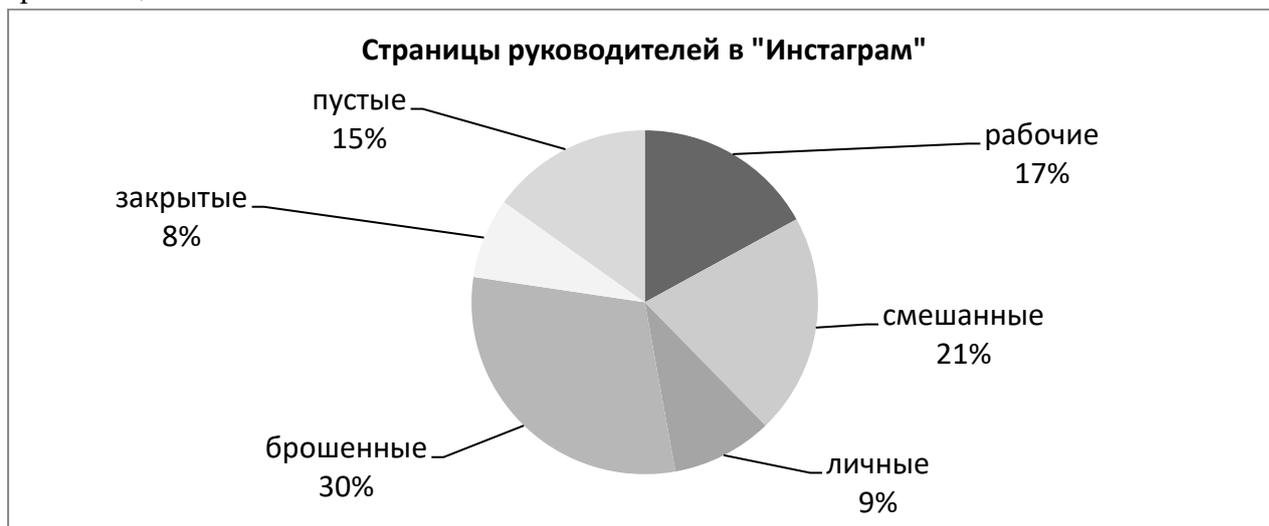
Сергей Сергеевич, председатель Союза «Объединение организаций профсоюзов Ярославской области» («рабочая» страница), из отраслевиков – Журавлев Денис Сергеевич, председатель Профсоюза работников лесных отраслей Российской Федерации.

С точки зрения контента, публикуемого на страницах по тематике профсоюзов, это в подавляющем числе случаев репосты с профсоюзных страниц. Исключение – страница Ветлужских А.Л., которая содержит уникальный авторский контент – проект «Кейсы от Ветлужских».

«Инстаграм» – одна из самых сложных сетей, с точки зрения поиска в ней конкретного человека. В ней работает только поиск по имени и фамилии, при этом весь список пользователей выводится списком без сортировки. Поэтому, чтобы члены профсоюза могли найти своего лидера, он должен быть зарегистрирован под своими именем и фамилией и иметь активную страницу, чтобы быть как можно выше в результатах поиска. С этим связана сложность поиска личных страниц руководителей.

В социальной сети «Инстаграм» из 8 секретарей – представителей ФНПР в федеральных округах найдены страницы 6. У одного – так же как и в «ВКонтакте» – на странице практически весь материал посвящен работе в профсоюзах: встречи с коллегами, рассказ о событиях, личное участие в мероприятиях. Частота публикаций – несколько в неделю. При числе подписчиков свыше 1,6 тыс. человек вовлеченность аудитории на этой странице – 6%, что считается высоким показателем. У одного пользователя – страницы со смешанным контентом «рабочее – личное», 1 – брошен, 1 – пустая страница, 2 – полностью личная страница.

Найдены и обследованы 47 личных страниц (42 председателей ТООП и 5 председателей Профсоюзов). Из них 28 – не ведутся продолжительное время, закрыты для просмотра или вовсе не содержат сообщений. Это более половины страниц. То есть читать «Инстаграм» эти пользователи могут, но не позиционируют в нем себя или свою организацию.



Только у 14 из 19 руководителей в профиле указана ссылка на сайт или страницу их организации, описана должность или иное указание на профсоюзы.

Лидеры по подписчикам – свыше 4 тыс. подписчиков – Антонцев Михаил Иванович (Московская Федерация профсоюзов) и Косенков Илья Сергеевич (Союз организаций профсоюзов в Республике Карелия), но обе страницы на данный момент не ведутся. Лидеры с активными страницами – Амшокова Фатимат Каральбиевна, председатель Союза

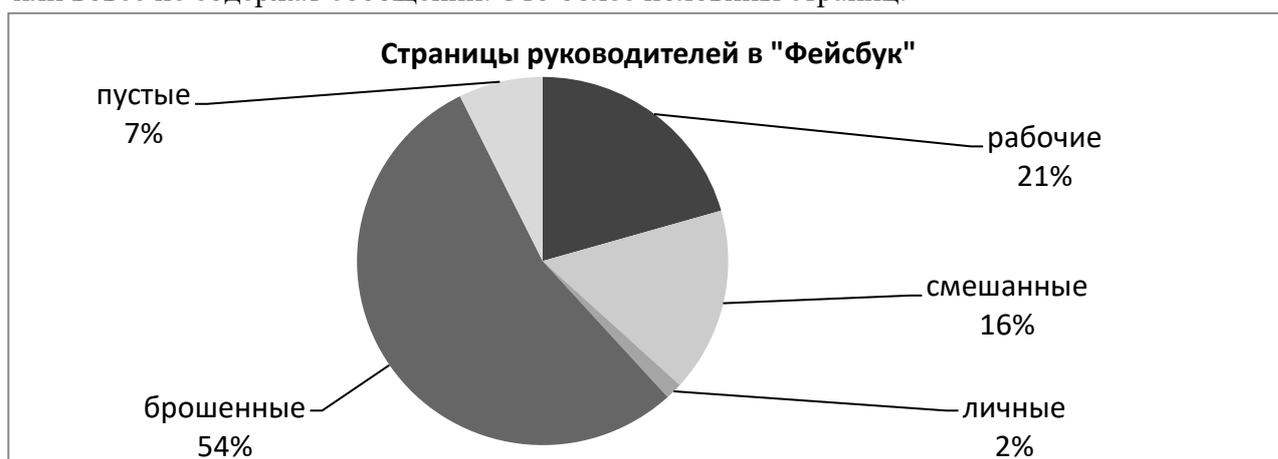
«Объединение организаций профсоюзов Кабардино-Балкарской Республики», и Солтагереев Хусайн Гиланович, председатель Республиканского союза «Федерации профсоюзов Чеченской Республики», – свыше 3 тыс. подписчиков.



На личные страницы руководителей в «Инстаграм» аудитория реагирует значительно активнее, чем во «ВКонтакте». Лидер реакции аудитории – Бессараб Светлана Викторовна, председатель Союза «Краснодарское краевое объединение организаций профсоюзов» (рабочая страница, коэффициент – свыше 27%).

С точки зрения поиска людей алгоритм «Фейсбук» настроен так, чтобы в первую очередь показывать тех людей с заданными для поиска именем и фамилией, с которыми у ищущего есть общие «друзья». Это упрощает поиск для активиста, но усложняет для незнакомого с профактивистами человека.

В социальной сети «Фейсбук» из 8 секретарей – представителей ФНПР в федеральных округах найдены страницы 6: 3 – «рабочих» и 3 «личных», 2 из которых брошены. Найдены и обследованы 62 личные страницы (45 председателей ТООП и 17 председателей Профсоюзов). Из них 39 – не ведутся продолжительное время или вовсе не содержат сообщений. Это более половины страниц.



«Фейсбук» – лидер по «брошенным» страницам. Из 17 страниц председателей Профсоюзов – 12 брошены. То есть руководители отраслевых профсоюзов, слабо представленные в иных социальных сетях, имея доступ к «Фейсбуку», перестали в нем работать в последнее время. При этом рассчитать вовлеченность и иные коэффициенты активности на этих страницах невозможно, так как целый ряд руководителей скрыли

информацию о числе подписчиков от людей, не подписанных на них. Это понижает страницы в поисковой выдаче, если у руководителя и ищущего его в «Фейсбуке» человека нет общих «друзей» в этой социальной сети. Например, страница Соловьева Сергея Сергеевича, председателя Союза «Объединение организаций профсоюзов Ярославской области», на устройстве, с которого входил в сеть руководитель исследовательской группы, по запросу «Сергей Соловьев» была показана с 1 тыс. подписчиков, а у рядового члена исследовательской группы – с 2 «друзьями».

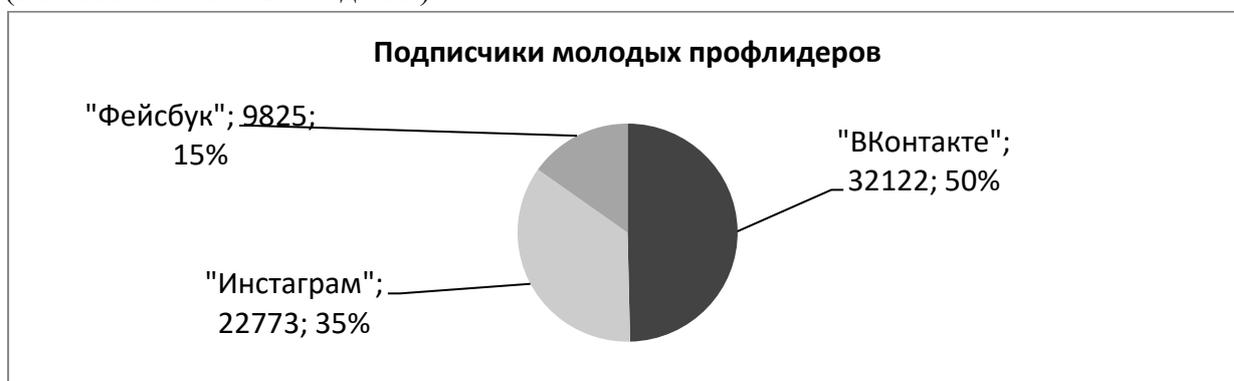
Личные страницы председателей молодежных советов

В ходе обследования также были изучены личные страницы молодых профсоюзных лидеров «по должности» – председателей молодежных советов и комиссий. Список для обследования был сформирован на основании реестра молодежных советов членских организаций, сформированного членами Молодежного совета ФНПР. Страницы искались через средства поиска социальных сетей – так, как это бы сделали рядовые пользователи. Всего у 63 находящихся в реестре председателей были найдены 89 страниц в трех социальных сетях. Стоит отметить, что в списке есть повторы, обусловленные наличием одного пользователя в двух и трех сетях одновременно.



Перевес в сторону «ВКонтакте» объясняется возрастом пользователей этой сети, совпадающим с возрастом пиковой активности молодых профлидеров на уровне ТООП и Профсоюзов – 30-35 лет.

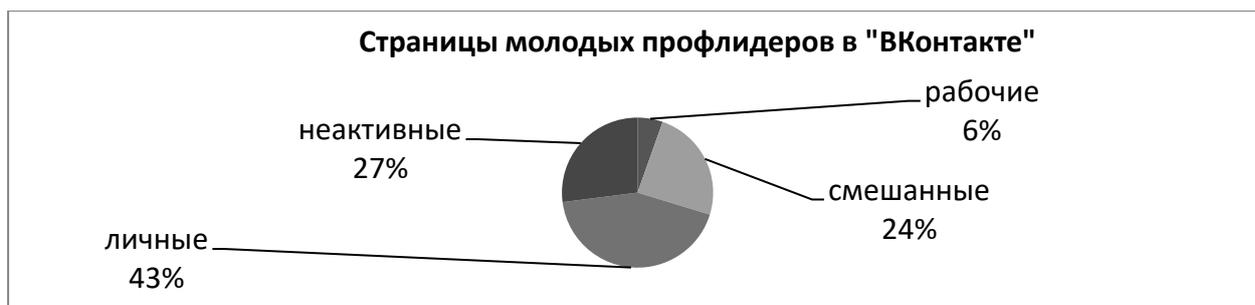
Данные по подписчикам молодых профлидеров выглядят следующим образом (в количестве человек и долях):



Суммарная аудитория молодых профсоюзных лидеров – 65 тыс. человек, что в два раза меньше, чем у руководителей в абсолютных цифрах, однако при пересчете на одну страницу (всего было обследовано 159 личных страниц руководителей, 89 страниц молодых профсоюзных лидеров) разница не столь велика. На одну страницу руководителя

в среднем приходится 880 подписчиков, а на страницу молодого профлидера – 730. Это доказывает недооцененность такого ресурса информационной работы, как личные страницы молодых профактивистов.

В социальной сети «ВКонтакте» на 37 обнаруженных страниц приходится четверть «неактивных» – пустых или брошенных, и только треть содержат информацию о профсоюзной деятельности хозяина страницы. Такой процент «неактивных» страниц можно пояснить общим падением интереса молодежи к данной социальной сети – ее аудитория стремительно «взрослеет», переступая возраст 35 лет.

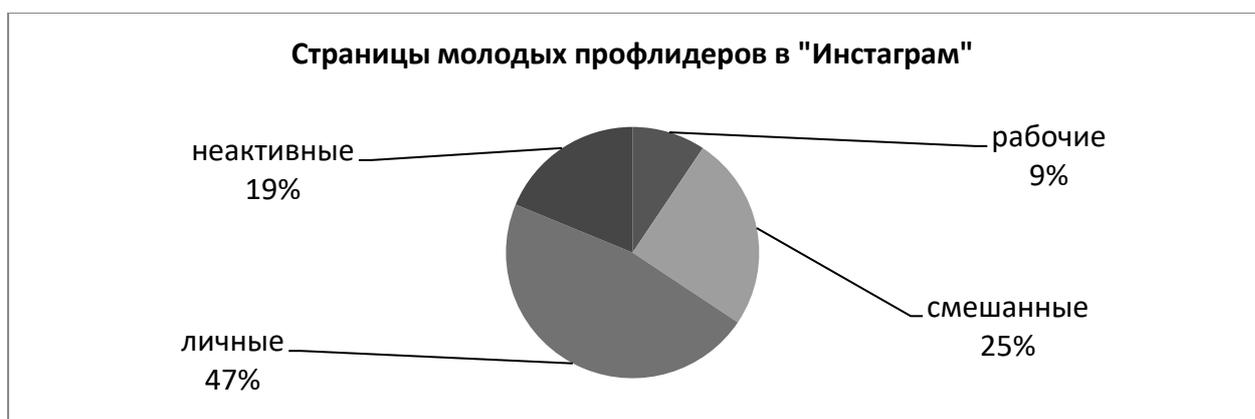


При этом только 12 человек из 37 (чуть больше трети) указали в описании профиля принадлежность к профсоюзам (ссылка на сайт, страницу в «ВК» или текстовое описание). Публикации на исследуемых «живых страницах» также появляются нерегулярно.



Таким образом, можно сделать заключение, что молодые профсоюзные лидеры «по должности» не активны в данной социальной сети и, имея потенциал в виде внушительного числа подписчиков, не являются проводниками профсоюзной информации.

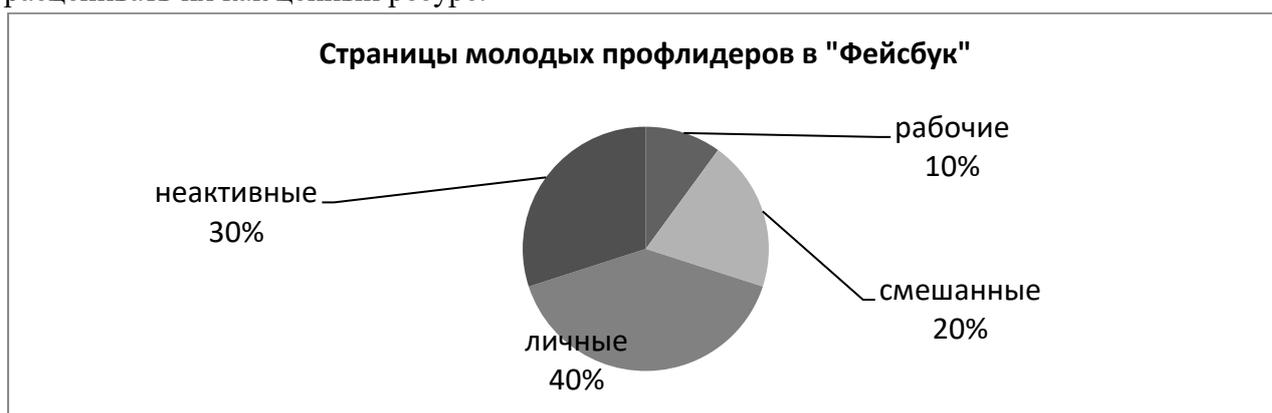
В сети «Инстаграм» ситуация несколько иная. Всего тут обнаружено 32 страницы молодых профлидеров «по должности».





В этой сети председатели молодежных советов активнее (и по частоте публикаций, и по содержанию) делятся профсоюзным контентом, однако подавляющее число страниц продолжают оставаться личными. Кроме того, только 5 молодых профлидеров в описании профиля указали свою принадлежность к профсоюзам.

К удивлению исследовательской группы, активность самих страниц в «Фейсбуке» на уровне «ВКонтакте», а частота постинга – выше. 7 из 20 молодых профлидеров указали в личном профиле «Фейсбука» на свою принадлежность к профдвижению. Однако общее число страниц (20) и число их подписчиков (менее 10 тыс. человек) не дают основания расценивать их как ценный ресурс.



Общие выводы

С точки зрения охвата аудитории сегодня более привлекательны сети «Ютуб» и «ВКонтакте», с точки зрения простоты ведения и легкости получения отклика аудитории – это «Инстаграм», с точки зрения перспективности и скорости роста аудитории – «ТикТок» и «Телеграм». Профсоюзным организациям стоит учитывать особенности работы алгоритмов каждой сети, желательно готовить уникальный контент или перерабатывать

имеющийся под каждую сеть, а не публиковать на всех своих ресурсах одно и то же сообщение с одинаковой иллюстрацией.

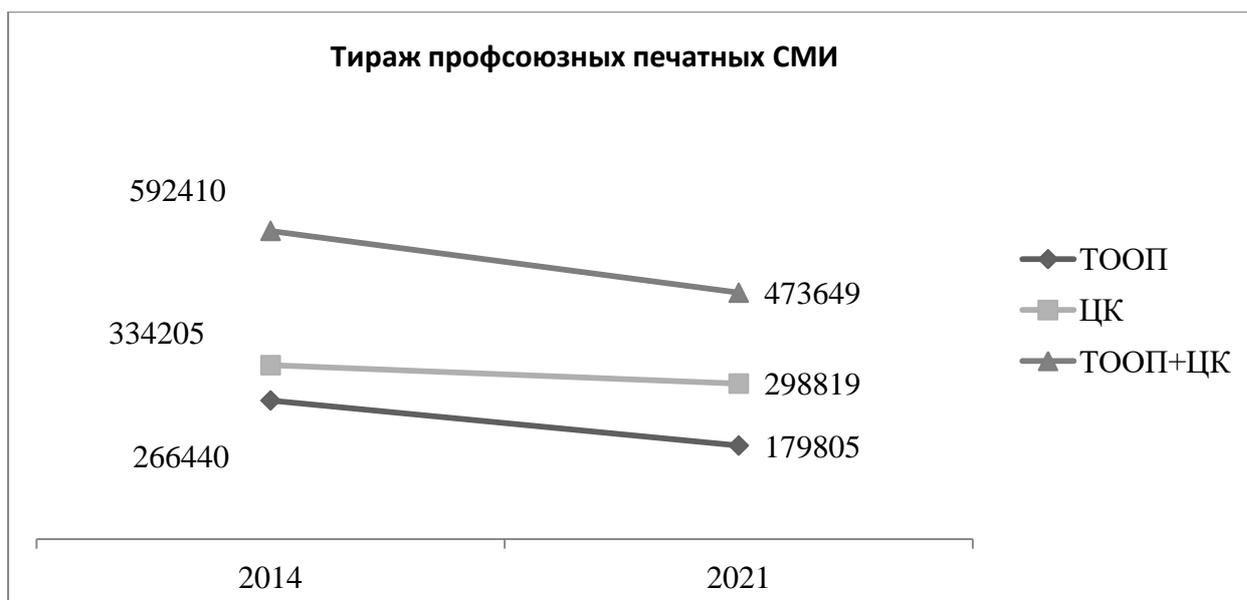
Несмотря на небольшое количество страниц, организации публикуют вполне качественный, простой для восприятия контент, однако имеется явный перекос в сторону новостных материалов. Практически отсутствуют вовлекающие публикации, способные заинтересовать людей, не состоящих в профсоюзах. Страницы крупных организаций выглядят весьма современно, поддерживается общий стиль и информативность публикаций, но даже это не ведет к взрывному росту подписчиков, их число остается мало по сравнению с общим числом членов профсоюзов и не выдерживает сравнения даже с численностью актива, заявленного в статистической отчетности. Страницы малых организаций в виду ограниченности их ресурсов выглядят проигрышно на фоне конкурентов за внимание человека в сети «Интернет» – новостных страниц и страниц с развлекательным контентом.

Из членских организаций ФНПР можно отметить: Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства, Российский профсоюз железнодорожников и транспортных строителей, Профсоюз работников здравоохранения Российской Федерации, Общероссийский Профсоюз образования, Горно-металлургический профсоюз России, Московскую Федерацию профсоюзов, Федерацию профсоюзов Оренбуржья, Союз «Федерация профсоюзов Республики Татарстан» – примеры комплексного подхода к ведению официальных страниц.

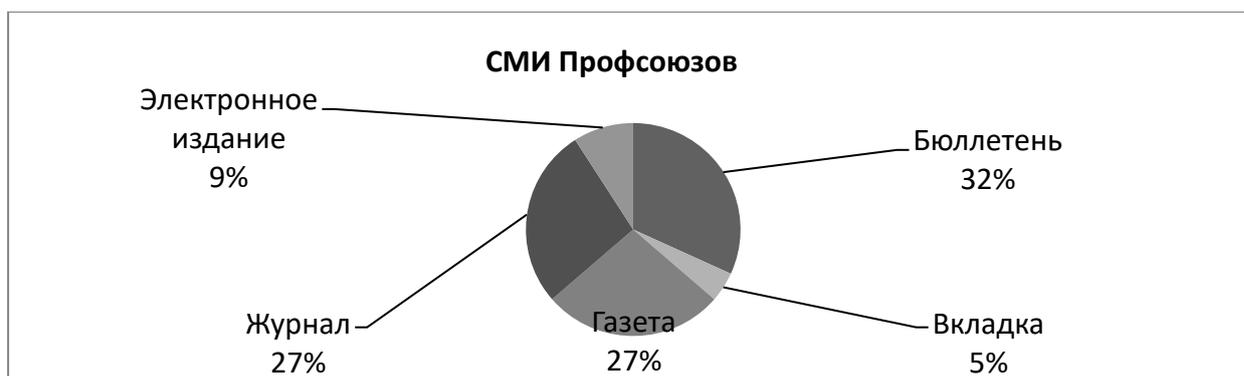
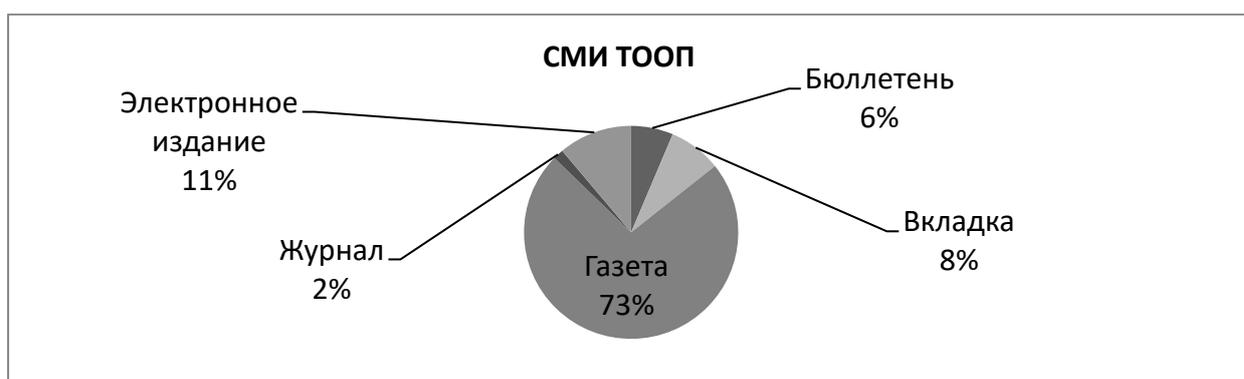
Членским организациям ФНПР необходимо провести «генеральную уборку» на своих страницах в социальных сетях: обновить дизайн, проверить работоспособность ссылок, разработать план подготовки публикаций, шире использовать материалы ФНПР, разместить ссылки на свои страницы в социальных сетях на официальных сайтах, проводить регулярное информирование членов профсоюзов о наличии страниц в социальных сетях. Кроме того, целесообразно: определиться с форматом участия руководителей членских организаций в информационной работе в социальных сетях, регулярно проводить обучение специалистов, ответственных за работу с социальными сетями, активнее вовлекать молодежные советы в работу по наполнению социальных сетей материалами и распространению профсоюзного контента на личных страницах.

Раздел 3. Печатные издания

На данный момент членскими организациями ФНПР издается 85 печатных СМИ. Из них издается ТООП – 61, Профсоюзами – 23. Для сравнения: в 2014 году выходило 97 изданий.



При этом 9 из 85 СМИ выходят в 2021 году только в электронном виде. Для них тираж не указывается. Из них 2 принадлежат Профсоюзам и 7 – ТООП.



В целом по печатным СМИ идет сокращение тиражей, причем у ТООП сильнее, чем у Профсоюзов. Однако многие издания переходят в электронную версию. Минус такого решения – маловероятно, что информационный материал попадет к не члену профсоюза, и он не дойдет до каждого члена профсоюза. Даже при рассылке по профактиву часть материалов не будет прочитана, попадет в спам и т.д. С другой стороны, бесспорный плюс такого решения – дешевизна производства и простота доставки (нет расходов на логистику).

Раздел 4. Цифровизация профсоюзной деятельности

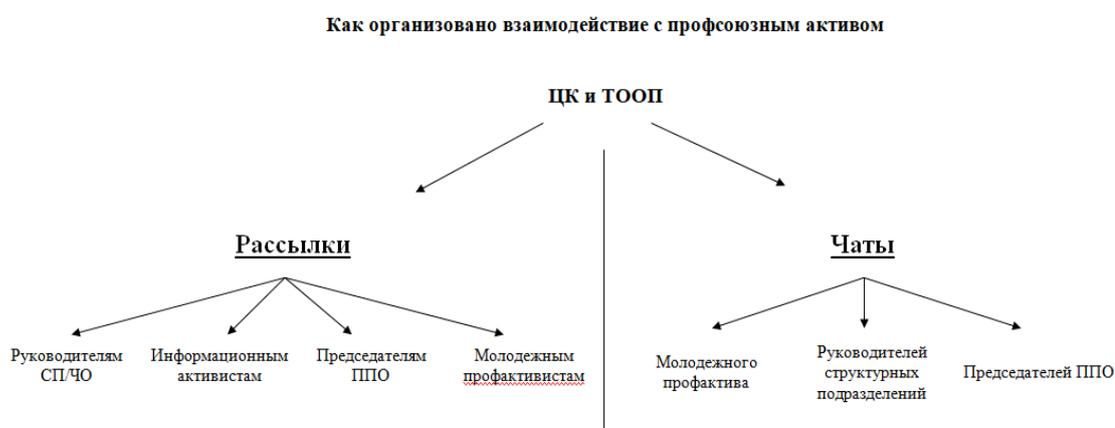
Департаментом было также проведено обследование членских организаций по вопросу использования цифровых технологий в деятельности профсоюзов. Организациям было предложено ответить на ряд вопросов о том, используются ли в их работе и – отдельно – в работе их структурных подразделений (для профсоюзов) или их членских организаций (для территориальных объединений) элементы цифровизации текущей деятельности. В случае положительного ответа следовало кратко перечислить или описать такие элементы. Всего в обследовании приняли участие 67¹ организаций (ТООП – 51; Профсоюзы – 16).

Уровень цифровизации деятельности ТООП и Профсоюзов

66 опрошенных организаций (98,5%) уже сегодня используют электронные формы обратной связи, такие как блок «Задать вопрос» на сайтах (18 организаций), электронная почта, телефонная «Горячая линия», Zoom, Facebook, возможности социальных сетей.

56 организаций (83,6%) уже используют электронные и дистанционные сервисы для членов профсоюза. В основном это сервисы правовой консультации и консультации технической инспекции труда онлайн (40 организаций). Кроме этого, встречались ответы: подбор путевок по телефону, онлайн-консультация специалистов аппаратов, генерация карт лояльности для члена профсоюза при регистрации на сайте и другие.

Формы организации взаимодействия с профсоюзным активом представлены на схеме:



В цифрах по популярности форм взаимодействия с профактивом приведены в Таблице 3.

рассылки	число	%
рассылки по электронной почте для руководителей СП/ЧО	62	93
рассылки по электронной почте для молодежного профактива	54	81
рассылки по электронной почте для председателей ППО	44	66
рассылки по электронной почте информационных активистов	36	54
чаты	число	%
чаты для молодежного профактива	59	88
чаты руководителей структурных подразделений / членских организаций	46	69
чаты председателей ППО	23	34
чаты информационных активистов	22	33

Таблица 3. Популярные формы взаимодействия с профактивом.

Три отраслевых профсоюза ведут электронный персонифицированный учет членов профсоюза: Общественная организация «Российский профессиональный союз железнодорожников и транспортных строителей», Общероссийский Профсоюз образования, Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства (через программу преференций для членов профсоюза). Межрегиональный профсоюз работников судостроения, судоремонта и морской техники находится в стадии запуска электронного учета членов профсоюза. Ведение учета осуществляется посредством платформ «Битрикс24», «1С», а также индивидуально разработанных программных решений.

При этом о наличии подобных решений на своем уровне сообщили 6 ТООП: Федерация профсоюзов Челябинской области, Московская Федерация профсоюзов, Союз «Московское областное объединение организаций профсоюзов», СОП «Федерация профсоюзов Приморского края», Союз «Федерация организаций профсоюзов Курской области», Союз организаций профсоюзов «Федерация независимых профсоюзов Крыма».

Обработку персональных данных членов профсоюзов продолжают вести в бумажном формате 34,3% (23 организации), перешли на электронную форму – 31,3% (21 организация), не работают с персональными данными – 14,7% (9 организаций).

При этом 6 организаций прошли регистрацию как оператор персональных данных: Федерация профсоюзов Челябинской области, Вологодская областная Федерация профсоюзов, Федерация профсоюзных организаций Кировской области, Союз «Смоленское областное объединение организаций профсоюзов», Союз организаций профсоюзов «Волгоградский областной Совет профессиональных союзов», Федерация профсоюзов Оренбуржья. Три организации зарегистрированы как обработчик – СОП «Федерация профсоюзов Приморского края», Союз «Иркутское областное объединение организаций профсоюзов», Союз «Объединение организаций профсоюзов Республики Бурятия».

Разработаны внутренние регламенты по работе с персональными данными у 10% (7 организаций). Вопрос работы с персональными данными не урегулирован у 7,5% (5 организации). По данному пункту можно сделать вывод о необходимости разработки единых инструкций и положений о работе с персональными данными членов профсоюзов, а также выработке единых подходов к их сбору, хранению и обработке.

92,5% (62 организаций) из опрошенных членских организаций используют видеоконференцсвязь в работе выборных органов. Пять из опрошенных организаций не используют ВКС. Видеоконференцсвязь осуществляется по платформам Zoom (53 организации), Mirapolis (3 организации), MS Teams (1 организация), Skype (7 организаций), Trueconf (2 организации), Jitsi meet (1 организация), Viber (1 организация).

Цифровизация активно входит в процесс обучения профсоюзных кадров и актива. Дистанционным форматом (с участием преподавателей, вебинары, записанные курсы с возможностью консультации с преподавателем и т.п.) обучения пользуются 70,1% членских организаций. Для обучения привлекаются такие организации, как АТиСО (2 организации), Санкт-Петербургский учебный центр (1 организация), Ресурсный центр поддержки НКО (1 организация), упоминаются мероприятия, организованные Аппаратом ФНПР (3 организации) и газетой «Солидарность» (1 организация). При этом опрошенными организациями не упоминались региональные учебные центры. Используются платформы «Битрикс», Drupal, Nextcloud, Zoom, GetCourse, Gotomeeting, MS Teams. Об использовании электронного обучения профактива (обучении по готовым электронным материалам

для самостоятельного изучения без участия преподавателя) сообщили 43,3%, при этом 11 организаций указали Zoom, Skype, построение на которых электронных курсов невозможно. Можно сделать вывод о том, что четкого разграничения между электронным и дистанционным обучением на сегодняшний день в профсоюзах не произошло.

Использование системы безбумажного документооборота во внутрипрофсоюзной деятельности подтвердили 56,7% (38 организаций). В качестве инструментария используются как комплексные решения, такие как «Битрикс», «1С», так и локальные инструменты – «Яндекс-диск», Google-диск, электронная почта. 44,8% (30 организаций) уже использует CRM-системы². Из платформ это Perfex (1 организация), «Битрикс» (25 организаций, или 65% от положительно ответивших), Microsoft Windows Server 2003 (1 организация).

Уровень цифровизации деятельности организаций профсоюзов (членских организаций территориальных профобъединений)

Использование электронных форм обратной связи с членами профсоюза своими организациями подтвердили 98,5% опрошенных (66 организации). В основном формой обратной связи являются блок на сайтах «Задать вопрос», социальные сети Instagram, «ВКонтакте», мессенджер WhatsApp, электронная почта. В Пермской краевой организации «Росхимпрофсоюз» разработано мобильное приложение для членов профсоюза.

Существование электронных и дистанционных сервисов для членов профсоюза подтверждают 74,6% опрошенных (50 организаций). По их данным, ППО и теркомы сегодня применяют те же средства, что их головные организации, и в основном это онлайн-консультации по правовым вопросам и вопросам охраны труда.

Чуть реже на этом уровне используется видеоконференцсвязь в работе выборных органов – 91% (61 организаций), причем, сам процент остается высоким, что подтверждает востребованность таких сервисов внутри профсоюзных структур. Основные платформы для использования видеоконференцсвязи: ZOOM, Mirapolis, Skype, Clickmeeting, Viber, «Яндекс-телемост», собственные платформы работодателей. Стоит отметить, что большая часть данного программного обеспечения является зарубежной или неподконтрольной профсоюзам (программное обеспечение работодателей). Приведенные данные могут служить основанием для разработки единого программного продукта для ВКС – режима проведения заседаний профсоюзных выборных органов.

Процент применения дистанционных образовательных технологий на этом уровне структуры ниже почти на 10% (61,2%). Применение электронного обучения профактива также встречается реже – у 38,8% опрошенных (26 организаций, против 43,3% на уровне ТООП и Профсоюзов). Платформы используются те же. Зато среди перечисленных организаторов обучения встречаются региональные учебные центры профсоюзов.

Использование системы безбумажного документооборота во внутрипрофсоюзной деятельности на этом уровне структуры подтвердили 47,8% опрошенных (32 организации),

² CRM, CRM-система (сокращение от англ. *Customer Relationship Management*) – применительно к профсоюзам – прикладное программное обеспечение, предназначенное для автоматизации взаимодействия внутри профсоюзной структуры и профсоюзной организации с ее членами путем сохранения информации об истории взаимоотношений между объектами системы, установления и улучшения типовых процессов в текущей работе и последующего анализа результатов.

что на 9% ниже уровня Профсоюзов и ТООП. А вот использование CRM-систем встречается значительно реже – 19,4% (13 организаций, против 44,8% у ТООП и Профсоюзов). Платформы CRM – «Битрикс24», Perfex.

Общие выводы

Анализируя состав организаций, принявших участие в обследовании, можно предположить, что в остальных членских организациях ФНПР исследуемые показатели в силу ограниченности ресурсов будут ниже.

При этом стоит отметить фактическое широкое использование цифровых инструментов во всех направлениях деятельности – работе с членами профсоюзов, обучении, внутрисоюзной работе, что делает остро необходимым определение единых форматов цифровизации профсоюзной деятельности и распространение положительного опыта такой работы.

ⁱ В добровольном обследовании приняли участие ТООП: 1. Федерация профсоюзов Камчатки. 2. Сахалинский областной союз организаций профсоюзов. 3. Союз «Иркутское областное объединение организаций профсоюзов». 4. Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Амурской области». 5. Федерация профсоюзов Челябинской области. 6. Союз «Объединение организаций профсоюзов Республики Алтай». 7. РС «Владимирское областное объединение организаций профессиональных союзов». 8. Территориальный союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Орловской области». 9. Липецкий областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Липецкой области». 10. Вологодская областная Федерация профсоюзов. 11. Федерация профсоюзов Архангельской области. 12. Пензенский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Пензенской области». 13. Адыгейский республиканский союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Адыгея». 14. Федерация профсоюзов Республики Мордовия. 15. Союз «Карачаево-Черкесское республиканское объединение организаций профсоюзов». 16. Хакассский республиканский союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Республики Хакасия». 17. СОП Псковский облсовпроф. 18. Союз «Хабаровское краевое объединение организаций профсоюзов». 19. Калмыцкий республиканский союз организаций профсоюзов – «Федерация профсоюзов Калмыкии». 20. Федерация профсоюзных организаций Кировской области. 21. Рязанский областной союз организаций профсоюзов. 22. Союз «Московское областное объединение организаций профсоюзов». 23. Алтайский краевой союз организаций профсоюзов (Алтайский крайсовпроф). 24. СОП «Федерация профсоюзов Приморского края». 25. Дагестанский республиканский союз организаций профсоюзов. 26. Союз «Смоленское областное объединение организаций профсоюзов». 27. Союз «Объединение организаций профсоюзов Республики Бурятия». 28. ТМООП «Тюменский облсовпроф». 29. Федерация Тверских профсоюзов. 30. Федерация профсоюзов Забайкалья. 31. Федерация профсоюзов Оренбуржья. 32. Союз «Воронежское областное объединение организаций профсоюзов». 33. Федерация профсоюзов Красноярского края. 34. Союз «Федерация организаций профсоюзов Курской области». 35. Кемеровский областной союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзных организаций Кузбасса». 36. Пермский краевой союз организаций профсоюзов «Пермский крайсовпроф». 37. Союз «Объединение организаций профсоюзов Кабардино-Балкарской Республики». 38. Федерация омских профсоюзов. 39. Федерация профсоюзов Новосибирской области. 40. Союз организаций профсоюзов «Новгородская областная Федерация профсоюзов». 41. Республиканский союз «Федерация профсоюзов Республики Башкортостан». 42. Федерация профсоюзных организаций Саратовской области. 43. Костромской областной союз «Федерация организаций профсоюзов Костромской области». 44. Союз организаций профсоюзов «Федерация независимых профсоюзов Крыма». 45. Союз организаций профсоюзов «Федерация профсоюзов Брянской области». 46. Союз «Объединение организаций профсоюзов КБР». 47. Нижегородский областной союз организаций профсоюзов «Облсовпроф». 48. Союз организаций профсоюзов «Волгоградский областной Совет профессиональных союзов». 49. Магаданский областной союз организаций профсоюзов. 50. Союз «Федерация профсоюзов Республики Татарстан». 51. Московская Федерация профсоюзов. ЦК: 1. Российский профсоюз работников судостроения. 2. Профессиональный союз работников автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения РФ. 3. Общероссийский профессиональный союз работников государственных учреждений и общественного обслуживания РФ. 4. Межрегиональный профсоюз работников судостроения, судоремонта и морской техники. 5. Общероссийский профсоюз работников жизнеобеспечения. 6. Профессиональный союз работников здравоохранения РФ. 7. Профессиональный союз гражданского персонала Вооруженных Сил России. 8. Общероссийский профессиональный союз работников нефтяной, газовой отраслей промышленности и строительства. 9. Российский профсоюз работников

промышленности (РОСПРОФПРОМ). 10. Общероссийский профессиональный союз работников физической культуры, спорта и туризма Российской Федерации.