Методическое пособие для председателей первичных профсоюзных организаций Авиастроительного и Ново-Савиновского районов г. Казани

Формы и методы информационной работы

ТЕРРИТОРИАЛЬНАЯ ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТНИКОВ ОБРАЗОВАНИЯ

АВИАСТРОИТЕЛЬНОГО И НОВО-САВИНОВСКОГО РАЙОНОВ

Информационная работа в деятельности профсоюза имеет огромное значение. В связи с этим главными принципами должны стать: объективность, максимальная оперативность, гласность и системность в пропаганде деятельности профсоюза, его основных задач.

Профсоюзному работнику, занимающемуся информационным обеспечением в первичной профсоюзной организации, необходимо иметь четкое представление о формах и видах информации, которые он может использовать в практической работе.

Устная информация.

К данному виду информации относятся беседы и консультации (в т.ч. по телефону), лекции, дискуссии, собрания и т.д. К достоинствам устной информации можно отнести, прежде всего, широкие возможности личных коммуникаций и эффективную обратную связь.

Печатная информация.

Наиболее распространенный в настоящее время вид информационного обеспечения.

Информационное письмо. Выполняется на бланке профсоюзной организации, может быть индивидуальным и типовым (текст адресуется нескольким адресатам). К этому же виду относится письменное уведомление о проведении мероприятия.

Информационное сообщение. Имеет большую информативность, чем информационное письмо, предназначается, как правило, большей аудитории.

Информационный листок. Должен быть заметным, бросаться в глаза. Часто при его оформлении прибегают к рисункам (иногда карикатурам).

Листовка. Печатный листок с текстом агитационно-политического или информационного характера, распространяемый во время проведения профсоюзных акций и мероприятий. Как правило, содержит информацию о цели и задачах проводимого мероприятия.

Буклет. Качественно оформленный информационный материал о конкретной профсоюзной организации.

Информационная брошюра. Печатное издание объемом 20 и более страниц. Сюда же можно отнести информационные бюллетени, справочные и методические сборники.

Проспект. Объемнее буклета, содержит множество цветных фотографий (в том числе и руководителя организации), выпускается к значительным датам и событиям.

Фольдер. Простейший и самый дешевый вид проспекта, предназначенный для массового распространения. Это листок, иногда сложенный вдвое, с кратким текстом, простыми иллюстрациями и графикой.

*Плакат***.** Разновидность печатной информации достаточно большого формата. Это может быть организационно - структурная схема профсоюзной организации, призывы к участию в профсоюзной акции и т.д.

Прочие виды печатной профсоюзной информации – открытки, календари, наклейки, закладки (так называемые малые формы печатной информации), вкладыши и др.

Практически все перечисленные виды печатной продукции могут использоваться в качестве наглядной информации, в первую очередь, на информационных стендах профсоюзной организации.

Средства массовой информации (СМИ).

Пресса. Председатели первичных профсоюзных организаций должны использовать все возможности для размещения профсоюзной информации в прессе: газет «Мой профсоюз», «Новое слово», «Вместе» Оптимальный вариант для профсоюзной организации - иметь постоянный контакт с профессиональным журналистом.
Радио. Можно использовать существующие в учреждениях радиотрансляционные сети. Передача профсоюзной информации по радио может осуществляться различными способами: радиообъявление (возможно сочетание информации с музыкальным сопровождением); радиопередача по определенной тематике
Телевидение. В первую очередь возможно использование местного (регионального) телевидения

Интернет.

Под эти термином понимается глобальная компьютерная сеть, представляющая собой многоуровневую коммуникационную модель осуществления интерактивных сетевых процедур с использованием диалоговых информационных мультимедийных средств, являющаяся современной разновидностью СМИ.

Создание веб - сайты, особенно важно как для оперативного получения информации, обмена ею, так и для внутрипрофсоюзного «общения». Один из

путей представления первичной профсоюзной организации в сети Интернет – создание профсоюзных страниц на сайтах учреждений.

Электронная информация по принципу почтовой рассылки *(электронная почта – e-mail)* предполагает формирование адресов получателей информации и отправку им сообщений по каналам сети Интернет. На сегодняшний день это самый оперативный и сравнительно недорогой канал связи.

Психологические основы использования устной информации

Устная речь - это звучащая речь, функционирующая в сфере непосредственного общения между людьми. При этом она обладает таким интонационным разнообразием, что может передать все богатство человеческих чувств, переживаний, настроений . Поэтому устную речь сопровождают, усиливая ее выразительность, такие дополнительные средства, как характер взгляда (настороженный или открытый и т.п.), пространственное расположение говорящего и слушающего, мимика и жесты..

Устная речь может быть подготовленной (доклад, лекция и др.) и неподготовленной (разговор, беседа).

Подготовленная устная речь отличается продуманностью, более четкой структурной организацией, но при этом говорящий, как правило, должен стремиться, чтобы его речь была непринужденной, не «заученной», походила на непосредственное общение.
Неподготовленная устная речь характеризуется спонтанностью. В этом случае устное высказывание (основная единица устной речи, аналогичная предложению в письменной речи) формируется постепенно, по мере осознания того, что сказано, что следует сказать далее, что надо повторить, уточнить. Поэтому в устной, неподготовленной речи много пауз, а использование заполнителей пауз - слов типа э-э, гм - дает возможность говорящему подумать о дальнейшем, однако не украшают ее. В связи в этим устной речи свойственны меньшая лексическая точность, даже наличие речевых ошибок.

Общение между людьми может происходить в разных формах. Разговор, диспут с друзьями, коллегами по работе, доклад на собрании, дискуссия, лекция - это непосредственное общение между участниками, которое происходит в устной форме.

Рассмотрим более подробно особенности устных высказываний и их различия.

Беседа - это разговор преимущественно между двумя собеседниками, соответственно ее участники могут и должны принимать во внимание специфические особенности личности, мотивов, речевых характеристик друг друга, т.е. общение носит во многом межличностный характер и предполагает разнообразные способы речевого и неречевого воздействия партнеров друг на друга.

Беседа не монолог, а диалог, т.е. двустороннее общение, целью которого является либо стремление лучше понять характер возникшей проблемы, либо воздействие на одного из собеседников с учетом его интересов и мнения по обсуждаемому вопросу. Поэтому необходимо так формулировать вопросы, определения, оценки, чтобы они прямо или косвенно приглашали собеседника высказывать свое отношение к изложенному мнению.

Дискуссия. Дискуссия - это вид спора, в рамках которого рассматривается, исследуется, обсуждается какая-либо проблема с целью достичь взаимоприемлемого, а по возможности и общезначимого ее решения. Дискуссия представляет собой последовательную серию высказываний ее участников относительно одного и того же вопроса, что обеспечивает необходимую связанность обсуждения. В большинстве случаев тема дискуссии формируется до ее начала, что дает возможность ее участникам подготовиться к ней более основательно.

Диспут. Слово диспут происходит от латинского слова disputare- рассуждать, спорить. В тех ситуациях, когда речь идет о диспуте, имеется в виду коллективное обсуждение нравственных, политических, литературных, научных, профессиональных и других проблем, которые не имеют общепринятого, однозначного решения. В процессе диспута его участники высказывают различные суждения, оценки, точки зрения на те, или иные события, проблемы.

Лекция - устное изложение учебного материала или какой-то новой темы, а также запись этого изложения. Лекция - позволяет слушателям получить научно представления, о какой либо проблеме или ряде проблем в процессе непосредственного взаимодействия со специалистом.

Проведение бесед, совещаний, прием посетителей.

Одним из показателей культуры менеджмента в целом и эффективного делового общения, как одной из его составляющих, является умение налаживать межличностные контакты в коллективе. Председатель профкома, как любой руководитель, ежедневно затрачивает около 50% времени на получение и выдачу устной информации. Рационализация проведения деловых бесед резко повышает эффективность делового общения.

Деловая беседа – это устный контакт между заинтересованными в общем деле работниками, включая представителей различных организаций, которые имеют необходимые полномочия для их проведения. Задача беседы состоит в том, чтобы заранее определить, какие факты нужны, организовать их быстрый сбор и вовремя прекратить беседу.

Техника проведения деловой беседы:

1. **Внимательно выслушайте собеседника.**
2. **Не пренебрегайте предубеждениями собеседника.**
3. **Избегайте неверных толкований (спросите, что собеседник подразумевает под тем или иным понятием).**
4. **Уважайте своего собеседника.**
5. **Всегда будьте вежливы, тактичны.**
6. **Если нужно, умейте быть непреклонны.**

Только правильно спланированные и соответствующим образом подготовленные беседы достигают цели.

Эффективное проведение совещаний.

Многие совещания обречены на неудачу еще до того, как они начнутся, т.к. тот, кто будет его проводить, не подготовился сам и/или не подготовил совещание.

Умение проводить совещания имеет непосредственное отношение к коммуникативным навыкам. Во время совещания люди обмениваются идеями и высказывают свою позицию по тому или иному пункту повестки дня. Нередко, когда дискуссия чересчур накаляется или затягивается (а такое встречается часто!), требуется вмешательство либо со стороны председательствующего, либо со стороны лидера. В этом случае лидер должен воспользоваться навыками ведения переговоров, активного слушания и резюмирования, чтобы подвести итоги и наметить вопросы, нуждающиеся в дальнейшем обсуждении. Профсоюзные лидеры, хорошо владеющие коммуникативными навыками, имеют больше шансов на эффективное проведение совещания.

Прежде, чем принять решение о проведении совещания, профсоюзный лидер должен задать себе вопрос о необходимости его проведения. Точно такой же вопрос должен быть задан по поводу вынесения на обсуждение планового совещания той или иной проблемы.

Лучше не созывать совещание, если:

- вопрос можно обсудить по телефону либо с помощью письменного

сообщения, отправленного по электронной почте или факсу;
- вопрос является конфиденциальным и непосредственно касается заинтересованных сторон, например, прием на работу, увольнение, размер заработной платы;
- нет достаточной информации для принятия продуманных решений;
- нет достаточно веской причины.

***Созвать совещание уместно*, когда:**

- вы хотите подчеркнуть тактические и стратегические цели организации в связи с развитием ситуации;

- вы сталкиваетесь с проблемой, которая имеет несколько вариантов решения, и вам хотелось бы, чтобы в выработке решения принял участие ряд сотрудников;

- вам необходимо посоветоваться с некоторыми из сотрудников;

- вам необходимо поделиться своей озабоченностью по какому-либо вопросу или же прояснить какую-либо проблему;

- вы хотите, чтобы какие-то сотрудники поделились информацией с определенным кругом членов команды;

- вам необходимо скоординировать какие-либо действия в организации;

- вы хотите провести учебу;

- вы хотите публично отметить успех сотрудников;

- вы хотите развеять слух.

Прежде чем созвать совещание, имеет смысл задать себе несколько простых вопросов, которые позволят вам рационально использовать время, отведенное на совещание:

- Чего вы хотите добиться в результате совещания?

- Кого вы хотите видеть среди участников совещания и какова роль каждого из них?

- Какие вопросы вы хотите включить в повестку дня и как много времени планируете уделить обсуждению каждого из них?

- Какие конкретные задания, сроки, степень ответственности вы хотите

довести до сведения участников совещания?

- Кто будет принимать решения во время совещания?

- Хотели бы вы встретиться с кем-либо до совещания?

- Какие материалы необходимо подготовить к совещанию?

Неоценима роль председатель профсоюзного комитета, в подготовке и проведении любого совещания. Для того, чтобы успешно провести совещание или профсоюзное собрание, председателю профкома необходимо помнить о своих функциях лидера и **привлечь к работе членов профсоюзного комитета.**

Формулирование цели совещания.
Четко объясните участникам совещания, зачем их собрали. Это будет способствовать целенаправленному обсуждению насущных вопросов.

Подготовка повестки дня.
Подготовьте вопросы для предстоящего обсуждения и выделите лимит времени на каждый из них.

Разъяснение основных правил.
Базовые правила очерчивают основные процедуры при выступлениях и обсуждениях. Целесообразно их определить заранее, предварительно обсудив с членами профсоюзного комитета.