Имидж профсоюзной организации

Шерсткин Константин Анатольевич

ЗУМЦ профсоюзов, г. Санкт-Петербург

Мотивация профсоюзного членства

побуждение к вступлению и принадлежности к профсоюзу

Внешние условия МПЧ – *создание положительного* ***имиджа*** *организации*

Внутренние условия МПЧ – *информационная работа и* ***имидж*** *лидера*

И М И Д Ж

Эмоционально окрашенный **публичный образ** кого-либо/чего-либо, принимающий форму устойчивого социального стереотипа

- *формируется в процессе взаимодействия людей;*
- *имеет символическую (образную) форму;*
- *требует специальных усилий со стороны носителя.*

ИМИДЖ профсоюзной организации

- **Цели и нормативная база организации** (*комплекс документов, в которых содержатся базовые элементы деятельности*).
- **История организации, её традиции и этические нормы** *(отношения как внутри организации, так и с другими социальными группами).*
- **Деятельность организации** *(смотры и конкурсы, мероприятия, досуг).*
- **Аксессуары** *(видимые атрибуты и символика организации*).
- **Система продвижения интересов** организации *(каналы, технологии, методы продвижения).*

Цель профессиональных союзов

Представительство и защита **социально-трудовых прав** и **интересов работников**

Социально-трудовые права (зафиксированы в 21 статье ТК РФ);

Интересы работника:

- закон возвышения потребностей (макроэкономика):

«под непосредственным воздействием рабочей силы, средств производства и в результате внедрения в практику экономической жизни достижений технического прогресса, **потребности человека повышаются** как в предметах и средствах труда, так и в предметах потребления».

Чем может быть интересен наш профсоюз?

Потребность работника	Направленность потребности	Действия или мероприятия
Доход	**Денежный и неденежный**	
Комфорт	**Физиологический и психологический**	
Безопасность	**Физическая и юридическая**	
Общение	**Внутри организации и за её пределами**	
Самореализация	**Личностная и профессиональная**	

Типы медиаканалов

(средств донесения информации)

- **Личное общение** *(деловая беседа, совещание, собрание, митинг, акции, мероприятия, конкурсы)*
- **Печатные издания** *(газета, листовка, стенгазета, информационный стенд, агитационный плакат, буклеты, памятки, брошюры)*
- **Электронные** *(телевидение, радиостанции, сотовая связь)*
- **Цифровые** *(веб-сайт, страницы и группы в соцсетях, группы в коммуникаторах, различные сервисы - приложение Instagram, TikTok, канал на YouTube,* ***динамическое СМИ****).*

Динамическое СМИ: это сообщество людей, объединённых в коммуникациях с аудиторией.

Каждый участник динамического СМИ – *реальный человек* со своим аккаунтом в соцсети.

Что может быть размещено на странице в соцсети:

- новость (Кто? Что? Где? Когда? Каким образом?);
- фотография с комментариями;
- агитационный рисунок (плакат);
- история из практики, чей-то опыт;
- объявление (анонс мероприятия);
- видеоролик;
- социальный опрос (исследование);
- открытка-поздравление.

Коротко о текущей ситуации