

Інформаційний центр ПМГУ

СМІРНОВА Варвара Сергіївна

телефони:

068-743-30-54 (тут Viber і Telegram)

095-733-27-82

електронна пошта:

4ewir13@gmail.com

vdpmgu@gmail.com

Інфоцентр і ПМГУ в Facebook:

<https://www.facebook.com/infocentre.pmgu>

<https://www.facebook.com/pmgufb>

ПМГУ в Telegram

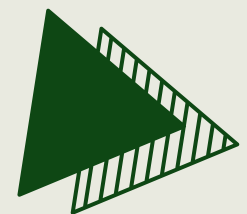


Особливості організаційного інформування:

✓ залучення обмеженого кола осіб

✓ фрагментарна інформація

✓ триває до завершення справи



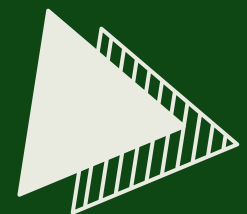
*орієнтоване на короткотривалу перспективу –
суто для того, щоб зробити справу*

Особливості іміджевого інформування:

✓ допомагає залучити навіть тих, кому тема сама собою не цікава

✓ дозволяє показати подію максимально повно

✓ довго працює в інформаційному просторі



*спрямоване на більш віддалену перспективу –
на створення іміджу профспілкової організації*

ІМІДЖ ОРГАНІЗАЦІЇ –
емоційно забарвлений образ
цієї організації, який склався
в масовій свідомості

**Імідж формується на основі інформації
про організацію та її діяльність,
яка надходить з різних джерел, зокрема, це:**

- самопрезентація
- оцінки контрагентів
- репутація керівників
- «спадковість»

Підходи до іміджевого інформування:



кількісний

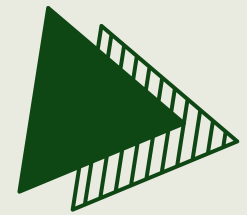
- інформувати якомога частіше, щоб весь час нагадувати про себе. Не так важливо, що у повідомленні, як факт постійної присутності в інфопросторі



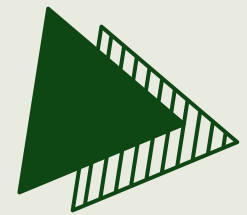
якісний

- повідомляти на широкий загал лише про ключові моменти, але при цьому приділяти велику увагу підготовці інформації, дбати про те, щоб вона була дійсно цікавою і привертала увагу

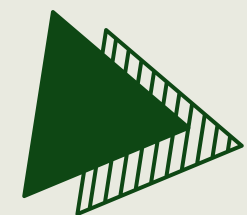
ПРИКЛАДИ УСПІШНОЇ ІНФОРМАЦІЙНОЇ РОБОТИ:



*первинна організація ПМГУ Північного ГЗК –
**інформаційну роботу веде голова ПО Наталія
Шамрицька***

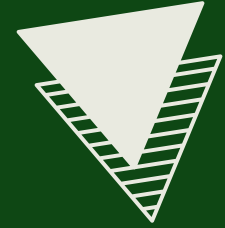


*первинна організація ПМГУ «КАМЕТ-СТАЛЬ» –
**напрям веде відповідальний за інформаційну
роботу Андрій Слюсаренко***

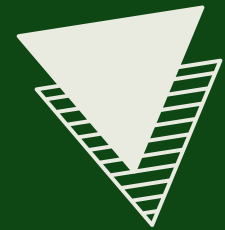


*первинна організація ПМГУ «Запоріжсталь» –
**інформаційну роботу веде найманий фахівець
Гліб Гончаров***

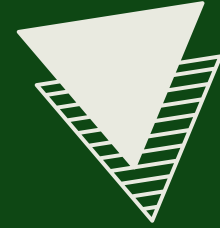
СИСТЕМНІСТЬ + ОПЕРАТИВНІСТЬ + АКТУАЛЬНІСТЬ



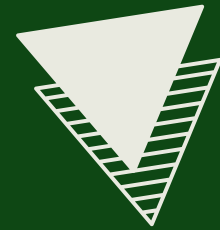
весь час,
регулярно та
ритмічно, без
великих перерв



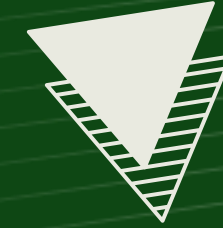
*випрацьовує
звичку у
читачів*



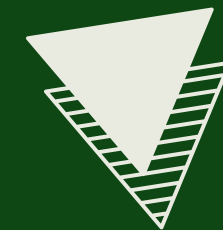
чим швидше,
тим краще



*показує, що
ми активні та
дієві, зробили
– розповіли*



інформація має
відношення до
профспілкової роботи
або соціальний
контекст +
вона може бути
корисною спілчанам



*покращує імідж
Профспілки*

Підготовка власної інформації:

- 1.** Фотофіксація
- 2.** Створення масиву даних
- 3.** Запис прямої мови учасників (опціонально)
- 4.** Написання тексту + обробка фото (опціонально)

Де брати чужу інформацію?

Інформаційні ресурси ПМГУ: сайт ПМГУ, сторінка у Facebook, Telegram нашої Профспілки

Інші профспілкові інформаційні ресурси: сайт і Telegram Федерації профспілок України, сайти і групи інших профспілок

Офіційні джерела: сайти Мінсоцполітики, Пенсійного фонду України, Держпраці та інші

Профільні інформаційні ресурси: «Кадровик», ГМК-центр, журнал «Охорона праці» та інші

Новинні медіа, які системно пишуть про економіку, виробництво, соціальну сферу: uaprom.info, minprom.ua, ukrinform.ua та інші

Способи ретранслювати чужу інформацію:



репост

- читачу треба десь переходити
- не завжди оригінальний матеріал починається з того, що важливо саме вам
- автоматично означає, що ви згодні з усім, викладеним в оригінальному матеріалі



власний матеріал із посиланням

- складно у підготовці
- значно переконливіше

Компромісний варіант: репост + власна підводка

ЩО МАЄ НАСТОРОЖУВАТИ В ІНФОРМАЦІЇ:

- ✓ сенсаційність
- ✓ перебільшено емоційний виклад
- ✓ посилання на розмиті першоджерела
- ✓ сумнівне місце публікації
- ✓ написання тексту повідомлення з використанням символів замість літер
- ✓ занадто красиві фото і фото із незрозумілими «замиленими» деталями