

Hatékony kommunikációs stratégiák a szakszervezetek számára

„Hatékony kommunikációs stratégiák a szakszervezetek számára” címmel tartott szemináriumot a Munkástanácsok Országos Szövetsége és a TUC Nesavisnost közös szervezésében az EZA, a Nyugat-Balkáni projekt keretein belül.

A szemináriumra Budapesten, a nagy hagyományokkal rendelkező, patinás Gellért szállóban került sor. A hatalmas érdeklődésre való tekintettel, ötven résztvevővel zajlott a rendezvény: lengyel, bolgár, magyar, cseh, szerb, szlovák szakszervezetek képviselőivel.

Palkovics Imre, a Munkástanácsok Országos Szövetségének elnöke, EZA közgyűlésének elnökségi tagja köszöntötte a résztvevőket, és kiemelte: több nyugat-balkáni projekt alkalmával szóba kerültek a szervezetek kommunikációs nehézségei és a modern kommunikáció által teremtett kihívások. A mostani alkalommal ezekre a kérdésekre keressük a megoldási lehetőségeket. A szemináriumon a politikai kommunikációban és a versenyszférában dolgozó, neves kommunikációs szakemberektől kérünk segítséget, hogy választ kapjunk a modern kor kommunikációs kihívásaira, szakszervezeti szempontból. Palkovics Imre megköszönte az EZA-nak, hogy lehetőséget nyújtott a szeminárium megrendezésére.

Dragan Milanovic a TUC Nesavisnost alelnöke nyitó beszédében kiemelte, hogy nagy öröm számára, hogy az EZA Nyugat-Balkáni projektjének keretei között megrendezésre kerül ez a szeminárium és reményét fejezte ki, hogy az eszmecserén a szakértők mellett a szervezetek is segítséget tudnak nyújtani egymásnak a kommunikáció területén, és a korábban kötött együttműködési megállapodást tovább tudjuk bővíteni.

Idrányi Flóra, a Munkástanácsok Országos Szövetsége kommunikációs vezetője előadásában kiemelte: a szakszervezeteknek, a versenyszféra és a politikai szereplőkhöz hasonlóan 21. századi PR eszközöket kell alkalmazniuk. Ebben a tekintetben a kelet-európai régió és a Nyugat-Balkán nagy elmaradásokat mutat a nyugat-európai országokhoz képest: a szakszervezeteknek kétirányú szimmetrikus PR modellt kell alkalmazniuk, ami egyben **„konfliktusmenedzsment”**, ahol a kommunikáció a menedzsment eszközrendszereként jelenik meg a konfliktusok megoldására. Cél a harmonizáció, a beilleszkedés és a túlélés. Az intézményes kommunikációt már nem csak egyszerűen reaktivált cselekvési módként kell alkalmazni, hanem a menedzsment **tervezett és előrelátó eszközöként. Cél a konfliktusok megakadályozása vagy megoldása, a környezethez való harmonizálás, a konszenzus elérése érdekében.**

Dragan Milanović, a TUC Nezavisnost alelnöke „Digitális létezés” címmel tartott előadást. Az alelnök elmondta, hogy viszonylag könnyű helyzetben van, hiszen a TUC Nezavisnost-on belül, ő a média divízió vezetője. Az utóbbi időben sok újítással büszkélkedhetnek, jelen vannak a Facebookon, a Twitteren és a Youtube-on is, és nemrég egy klipet készítettek a kollektív szerződésekről. Előadása végén TUC Nezavisnost feliratú gyógyszert és mosóport osztott ki, amelyben természetesen nem gyógyszer, hanem hasznos tanácsok voltak szakszervezeti tagok számára.

Süveges Gergő, a Magyar Rádió riportere arról beszélt, hogy hogyan kell a különböző riportalapokra felkészülni, és milyen technikával lehet kikerülni a váratlan, nem kívánt riporter kérdéseket.

Perlaky-Papp József, válságkommunikációs tanácsadó előadásában elmondta, hogy a szakszervezeti kommunikáció tulajdonképpen folyamatos válságkommunikáció, hiszen pl. egy sztrájk bejelentése, maga a válság bejelentése. A nyilvánosság azt a célt szolgálja, hogy párbeszéd alakuljon ki a konfliktusban.

Kommunikációs szempontból a sztrájk „puha válságnak” tekinthető, hiszen nem követel pl. emberéleletet. **Perlaky rámutatott: a szakszervezeteknek fontos kommunikációs szerepük lehet az elkövetkezendő években, mert a közbeszédet a munkaerő elvándorlás súlyos problémája fogja meghatározni.**

Szabó Andrea adjunktus PhD, Politikatudományi Intézet oktatója, a közvélemény kutatások jelentőségéről beszélt. Mint elmondta, **a kétirányú szimmetrikus kommunikációs modell nem megvalósítható közvélemény kutatások nélkül.** Kérdésre elmondta, ha arra az egyszerű kérdésre keressük a választ, hogy az emberek mit várnak a szakszervezetektől, telefonos reprezentatív kutatást ajánl.

Papp-Vári Árpád, a budapesti Metropolitan egyetem dékánja, a Magyar Marketingszövetség alelnöke a szakszervezeti márkáépítés rejtjelmeit próbálta feltárni. Elmondta: a posztkommunista országok nehéz helyzetben vannak a szakszervezeti brandépítés tekintetében, mert **egy kialakult, negatív brandet kell újrapozícionálni.** Példaként bemutatott egy reklámfilm a Skodáról, ahol egy gyönyörű új autóról próbálta lekaparni a Skoda logót a parkolóőr.

Gombos Zsolt, online marketing trénerrel arra kerestük a választ, hogy milyen egy jó szakszervezeti weboldal, és hogyan lehet közösséget építeni a weben. **Leszögezte: „közösségeket kell építeni, mert a közösségekben van a jövő és az erő”.** Konkrét példát mutatott be arról, hogy a Facebookon keresztül hogyan tudja megcélozni a szakszervezet a külföldön munkát vállalókat.

Záró előadásában a Munkástanácsok Országos Szövetsége és a Tuc Nesavisnost közötti együttműködési Megállapodás keretében kidolgozott ötleteket mutatta be **Tóth Bátori Erzsébet, az APV tartományi bizottságának alelnöke.** Kiemelte: az évekkel ezelőtt, a Nyugat-Balkáni projekt keretein belül a Munkástanácsokkal kialakított együttműködési megállapodás számos területen már meghozta az eredményeket. A két szervezet

folyamatosan kommunikál, figyelemmel kísérik egymás tevékenységei, és a média megjelenéseit is. Kiemelte a Munkástanácsok kéthetente jelentkező fél órás műsorát, „A Munkavállalók világát”, amelyből ők Szerbiában rengeteg ötletet merítettek a szakszervezeti tevékenységgel kapcsolatban.

A munkacsoportokban a két nap tanulságait figyelembe véve a különböző országok képviselői feltárták egyéni problémáikat és sikereiket a szakszervezeti kommunikáció terén:

Romániából Darle Vasile, a NATUC Cartel Alfa képviselője elmondta: a román rendőrség szakszervezetének képviselőjeként van itt. Szervezete közel 9000 taggal rendelkezik. Létrehoztak a szervezetüknek weboldalt és FB oldalt is, amelyeket egy adminisztrátor működtet. A Facebookon keresztül rengeteg kérdést kapnak, amelyeket megválaszolnak itt, de a megyei televízióban minden héten egyszer 18 és 19 óra között lehetőségük van élőben válaszolni a televízió nézőinek, valamint a műsorokat a neten érkezett kérdések alapján állítják össze.

Lengyelországból Josef Mozolewski, a Szolidaritás szakszervezettől érkezett. Elmondta: büszke arra, hogy a Szolidaritás szakszervezet tagja. A Szolidaritás önmagában egy olyan brand, amely megalapozza a szervezeti identitásukat. A Szolidaritás 1990-ben alakult, és nagymértékben hozzájárult a történelmi változásokhoz. Ő 1989-ben csatlakozott az akkor még illegális szervezethez, jelenleg regionális testületi elnök az Észak Nyugati régióban, az EZÁ-nál pedig alelnök. Az EZA oktatási platformjában tevékenykedik.

Véleménye szerint a mozgósítás egy standard probléma. És bár Szolidaritás is a modern eszközöket igyekszik alkalmazni ezen a területen, ez az eszközrendszer jelen pillanatban korlátozott: nem minden tag éri el a webes felületeket. A fiatalabb generációt nehéz megcélozni, általános jellemző az elöregedés, sok az 50 év feletti, és szükség van a további

fejlődésre. Josef Mozolewski a **toborzás** mellett a legfontosabb szakszervezeti feladatként a **munkavállalók védelmét jelölte meg**.

Vladislav Jevtovic, a vajdasági bank (SS BOFOS) szektorban működő szakszervezet elnöke elmondta, hogy a bankot, ahol dolgoznak tavaly a magyar OTP vette meg. A szakszervezet az elmúlt évben hálózatot alakított ki a **munkahelyi zaklatások megelőzésére** és a sérelmek orvoslásának támogatására. Felidézte, hogy a konferencián Dragan Milanovic beszélt a brandről. Ezt ők is fontosnak tartják. Ma már elmondható, hogy felismerhető a szervezet, de ahhoz, hogy a fiatalok is felismerjék, ahhoz a netes médiában is jelen kell lenni. Dragan Milanovic hozzátette: ha nincs net, üzemképtelenek vagyunk, tehát függők vagyunk. Éppen most tért vissza Kínából, ahol nincs google. Ez manapság számunkra már elképzelhetetlen. **A 4.0 forradalom nehéz kérdéseket vet fel.**

Dejan Zivkovic a Nesavisnost egészségügyi ágazatának képviselője arra tért ki, hogy számára nagyon hasznos volt a konferencia, különösen a **marketing és az online kommunikációról** hallottak. **Pavel Matousek** Csehországból elmondta, hogy náluk erősödik a gazdasági környezet. A kormány felismerte, hogy a legfontosabb az oktatás, és 5 év alatt 150%-os fizetésemelést hajtott végre a tanároknál. Jelenleg 1200 Eurót keresnek a tanárok. **Óriási problémát jelent jelenleg a munkaerőhiány. Mindezt a szerb és román munkaerővel próbálják ellensúlyozni.** Nagyon jó kapcsolatokat ápolnak a szlovák és szlovén szakszervezeti kollégákkal. A kommunikációban a legnagyobb nehézségnek azt látja, hogy a média nem érdekelt a szakszervezeti kommunikációban.

Végezetül **az összes országból érkező szakszervezeti vezetők külön-külön feltárták, hogy a különböző országokat hogyan érinti a munkaerő elvándorlás, a munkaerő szabad áramlásával járó nehézségek.** Mind Magyarországon, Lengyelországba, Romániába, Csehországban, Bulgáriában, Szlovéniában, Szerbiában ezzel a problémával kell szembenézni, más-más

aspektusból. Nagyon hasznos lenne, ha a szakszervezetek az EZA által szervezett rendezvények keretein belül foglalkozhatnának ezzel a problémával, és további együttműködési lehetőségeket keresnének azzal kapcsolatban, hogy-hogyan tudnák támogatni egymást a szakszervezetek ebben a kérdésben. **Felmerült az az elképzelés, hogy országokon átívelő közös kommunikációs stratégiát kell kialakítani a munkaerő szabad áramlása következtében felmerülő problémák kezelésére.**