ПРОФСОЮЗНАЯ ОРГАНИЗАЦИЯ РАБОТНИКОВ НАРОДНОГО ОБРАЗОВАНИЯ ГОРОДСКОГО ОКРУГА ГОРОД БОР НИЖЕГОРОДСКОЙ ОБЛАСТИ

ИНФОРМАЦИОННЫЙ БЮЛЛЕТЕНЬ № 2 (ноябрь 2019 г.)

Нужно ли профсоюзной организации присутствовать в соцсетях…?

Нужно ли профсоюзной организации присутствовать в соцсетях и зачем это делать?

Ответ на этот вопрос не предполагает каких-либо других вариантов, кроме положительного: да, безусловно, нужно. В XXI веке профиль организации в социальной сети наряду с сайтом – это ее «визитная карточка». Присутствие в соцсетях не только является своего рода маркером того, что организация существует и ведет свою деятельность, но также помогает решать целый ряд задач и при этом экономить ресурсы – время, силы, деньги.

Какие именно профсоюзные задачи можно решить посредством профиля в социальной сети?

Задачи самые важные и главные – информирование и диалог. Уже ни раз высказывалось мнение о том, что в профсоюзной деятельности между такими понятиями как «информационная работа» и «мотивация» можно смело ставить знак «равно». И с этим трудно поспорить: важно, чтобы каждый член профессионального союза понимал, что и как делает профсоюз. Отсутствие такой информации сродни признанию в том, что профсоюз не работает. Причем, необязательно рассказывать только о победах – в непростой профсоюзной работе они случаются далеко не каждый день.

Как профсоюзной организации выбрать площадку для ведения аккаунта в социальной сети?

Количество социальных площадок на сегодня исчисляется несколькими десятками – «Одноклассники», «ВКонтакте», Фейсбук, Твиттер, «Мой мир» и т.д. В том, чтобы заводить аккаунт на каждой из них, нет необходимости. Выбирать нужно те площадки, где есть ваша аудитория и где выстраивать диалог и информировать ее, получится максимально эффективно. Для профсоюзной организации такими площадками могут стать социальные сети «ВКонтакте», «Одноклассники», Фейсбук.

О чем стоит писать в аккаунтах профсоюзной организации в социальной сети?

Главное, что должно служить отправной точкой в ответе на этот вопрос – понимание, что в профиле профсоюзной организации должна присутствовать информация, касающаяся профсоюзной и трудовой жизни. Ведь именно такую информацию рассчитывает узнать каждый, кто подписался на ваш аккаунт. Информация «не по теме» только замусорит профиль и непременно заставит участников группы задуматься о том, чтобы отписаться от аккаунта. Отдельно стоит сказать про язык общения: официальные сообщения в социальной сети могут – и даже должны – быть разбавлены сообщениями неформальными. Фото со спортивного соревнования или даже забавная карикатура на тему работы профсоюза – все это, безусловно, заслуживает внимания!

Основной же объем информации необходимо посвящать именно рассказу о работе вашего профсоюза: что сделано, что планируется сделать, какие решения приняты, о чем удалось или не удалось договориться, с какими вопросами в профсоюз обращаются его члены и как удается их решать и т.д. Словом, внимания заслуживает каждая из сторон многогранной профсоюзной жизни. О чем-то можно рассказать более подробно, о чем-то – в паре-тройке предложений. Поводом для сообщения может стать и касающаяся профсоюзной жизни федеральная или региональная новость – если это будет перепост, обязательно стоит сопроводить его вашим небольшим комментарием. Однако, не забывайте: не стоит превращать аккаунт профсоюзной организации в «свалку перепостов» – этот вариант ничем не лучше, чем «новости не по теме».

Как часто стоит обновлять страницу профсоюзной организации в соцсети?

В этом вопросе нет жестких рамок. Самое главное, что нужно помнить – группа должна быть «живой». Поэтому новый контент в ней должен появляться не реже, чем пару раз в неделю; в идеале – каждый день. Группа, новости в которой обновляются раз в месяц, а то и реже, не принесет профсоюзной организации никакой пользы.

Как привлекать в группу новых подписчиков?

Обязательно расскажите об аккаунте всем членам профсоюзной организации и пригласите их вступить в группу. Проявляйте активность: сами приглашайте членов профсоюза присоединиться к аккаунту, отправляя им соответствующие запросы в социальной сети. Однако, все вышеперечисленное – способы, скорее, вспомогательные. Первую же «скрипку» в привлечении новых участников играет именно контент и регулярность его обновления. Информация должна быть интересной и полезной. К слову о пользе, профсоюзная работа – кладезь таких данных. Консультации и рекомендации на тему трудового законодательства, информационные сообщения о нововведениях в трудовом законодательстве, советы, как защитить свои трудовые права – все это, вне всякого сомнения, будет интересно уже действующим участникам группы и обязательно привлечет новых членов.