



**Методические рекомендации  
по ведению информационной работы  
и информационному взаимодействию  
профсоюзных организаций  
Профсоюза работников автомобильного и  
сельскохозяйственного машиностроения  
Российской Федерации**

**2023 г.**

# Содержание

<b>Введение</b> .....	3
1. Рекомендации по ведению информационной работы .....	6
1.1. Рекомендации по оформлению и наполнению профсоюзного стенда.....	6
1.2. Рекомендации по созданию и ведению сайтов организаций Профсоюза в сети Интернет .....	13
1.3. Рекомендации по ведению профсоюзной страницы .....	19
в социальных сетях .....	19
1.4. Рекомендации по написанию новостных текстов .....	26
2. Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций .....	33
Заключение.....	36

## Введение

В современных условиях информационная работа является актуальным и приоритетным направлением для профсоюзных организаций. Высокая информированность членов профсоюза о деятельности профсоюзной организации является необходимым условием ее эффективности.



Главная цель информационной работы – сформировать в общественном сознании положительный имидж профсоюза путем системной и целенаправленной подачи правдивой информации, рассказывающей о реальных делах профорганизации, о принимаемых решениях по защите прав и интересов трудящихся, о достойных людях и коллективах.

Методические рекомендации по ведению информационной работы и информационному взаимодействию профсоюзных организаций Профсоюза работников автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения Российской Федерации (далее – Профсоюза АСМ РФ) разработаны на основе «Программы информационной деятельности Профсоюза работников автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения Российской Федерации» (Приложение 1 к постановлению ЦК Профсоюза от 10 декабря 2022), «Концепции информационной политики Федерации Независимых Профсоюзов России» (Постановление Генсовета ФНПР №10-5 от 24.11.2021 г.), рекомендаций ФНПР (подготовлены Постоянной комиссией Генерального совета ФНПР по информационной политике совместно с Департаментом Аппарата ФНПР по связям с общественностью, молодежной политике и развитию профсоюзного движения), а также на основе практического опыта и теоретических рекомендаций специалистов отдела организационной работы Аппарата Профсоюза АСМ РФ и членов комиссии ЦК Профсоюза АСМ РФ по вопросам профсоюзного образования, молодежной политики и информационной работы.

Что такое информационная работа в целом? Это комплекс мероприятий, направленных на объективное и полное информирование о деятельности профсоюза и его организаций через информационные источники. Главная задача информработы – отразить действия профсоюза и его организаций по защите социально-экономических и трудовых прав работников.

Информационная работа Профсоюза является одним из основополагающих факторов эффективной деятельности профсоюзных организаций различных уровней и инструментом, обеспечивающим организационное единство.

Данные методические рекомендации включают предложения по ведению основных форм информационной работы организаций Профсоюза АСМ РФ и направлены на оказание теоретической помощи ответственным за информационную работу в организациях Профсоюза АСМ РФ. Они носят **рекомендательный** характер и вместе с тем могут служить основой для построения информационной работы в организации.



### **Выделим основные методические рекомендации по ведению информационной работы в организации Профсоюза АСМ РФ:**

#### **1. Определение целей и задач информационной работы:**

Первым шагом в работе профсоюзной организации должно быть определение целей и задач информационной работы. Это позволит планировать и организовать работу более эффективно.

#### **2. Создание коммуникационной стратегии:**

Создание коммуникационной стратегии поможет определить, каким образом будет осуществляться работа с целевой аудиторией. Это обеспечит комплексный подход к информационной работе и позволит использовать различные инструменты для достижения целей.

#### **3. Разработка дизайна и контента информационных материалов:**

Для эффективной работы с информацией необходимо создавать качественные информационные материалы. Необходимо обратить внимание на дизайн и качество контента, чтобы информация была передана четко и понятно для целевой аудитории.

#### **4. Организация медиа-площадок:**

Организация медиа-площадок позволит осуществить работу с целевой аудиторией в различных форматах (статьи, интервью, видео, фото и др.). Важно выбрать наиболее подходящие медиа-площадки, учитывая особенности целевой аудитории.

#### **5. Оценка эффективности информационной работы:**

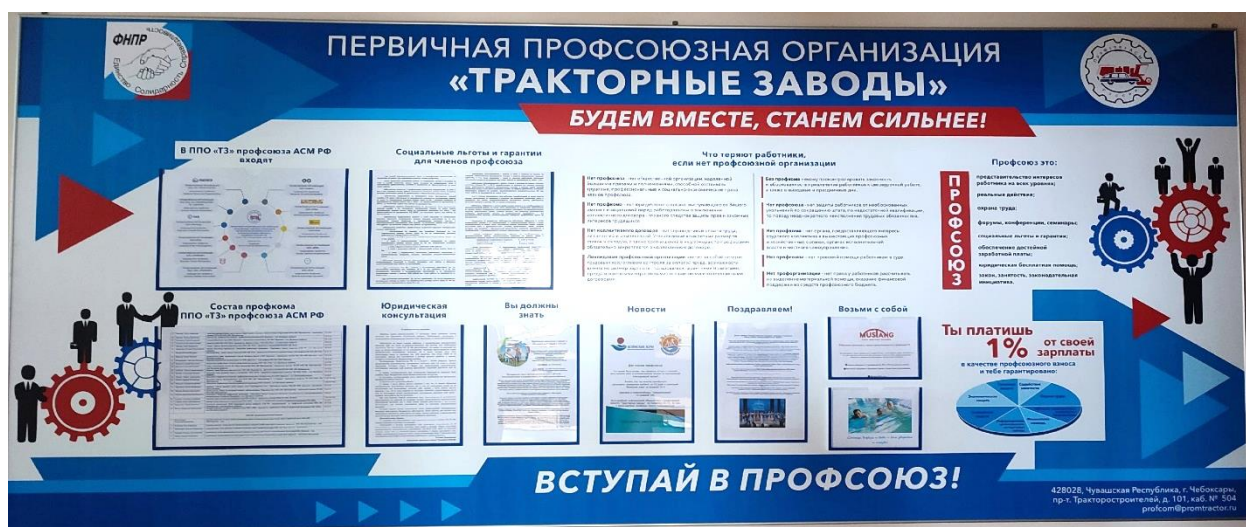
Оценка эффективности информационной работы позволит оценить достигнутые результаты и скорректировать работу в дальнейшем. Это поможет улучшить качество информационных материалов и выбрать наиболее эффективные медиа-площадки.

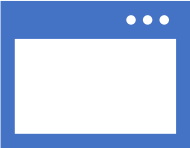
А теперь перейдем к более подробным рекомендациям, в зависимости от формы подачи информации и формата источника информирования.



# 1. Рекомендации по ведению информационной работы

## 1.1. Рекомендации по оформлению и наполнению профсоюзного стенда



 **Профсоюзный стенд** – инструмент информационной работы профсоюзной организации, позволяющий наглядно, кратко и оперативно доносить до трудовых коллективов и социальных партнеров полезную и актуальную информацию, касающуюся деятельности Профсоюза, трудовых прав и социальных гарантий членов Профсоюза.

На предприятии большую часть информации о Профсоюзе работник получает из материалов, представленных именно на стенде. Это традиционная площадка для размещения информации, понятная и привычная члену Профсоюза. Поэтому профсоюзный стенд – один из лучших помощников в информационной работе в профсоюзной организации. Его наличие в профсоюзной организации необходимо.

Практика показала, что во многих членских организациях Профсоюза АСМ РФ стенды ведутся ответственными за информационную работу и направлены на оказание методической помощи профсоюзному активу и представление информации о работе профсоюзной организации всем членам Профсоюза.

**При отборе информации для размещения на профсоюзном стенде профактив руководствуется действующим законодательством РФ, Программой информационной деятельности Профсоюза АСМ РФ, Концепцией информационной политики ФНПР, решениями Центрального комитета и Президиума Профсоюза АСМ РФ, выборных органов профсоюзных организаций.**



## ГЛАВНЫЕ ПРИНЦИПЫ ОФОРМЛЕНИЯ И НАПОЛНЕНИЯ ПРОФСОЮЗНОГО СТЕНДА:

- актуальность информации;
- регулярность обновления (не реже 1 раза в неделю);
- доступность месторасположения (из расчета 1 стенд на 100 работников);
- удобство чтения.

**Месторасположение стенда рекомендовано зафиксировать в коллективном договоре предприятия.**

Профсоюзный стенд оформляется выборным профсоюзным органом и размещается в административном и (или) производственном помещении организации на видном месте, где имеется наибольшая проходимость работников организации.

Что касается **внешнего вида**, то профсоюзный стенд должен быть изготовлен по современным технологиям. В рекомендациях предлагаются статичные либо мобильные стойки или панели со специальными карманами из пластика или оргстекла для удобной замены и хранения информационных материалов.

**Размер карманов** варьируется от формата А5 до формата А2, наиболее же употребляемый размер кармана для документов – А4; для печатных изданий – А3 и А2.

Для размещения раздаточного материала (буклетов, визиток и т.д.) нужны более **объемные карманы**, которые не прижимаются плотно к поверхности стенда, а имеют определенную толщину.

Особое место необходимо уделять **дизайну стенда**, он должен быть привязан к профсоюзной стилистике Профсоюза АСМ РФ. А материал, представляемый на стенде, должен быть визуально и контекстно организован в единую целостную композицию, логично раскрывающую профсоюзную тему стенда и оформленную в едином деловом стиле (корпоративные цвета, шрифт и т.д.).

Рекомендуемый **шрифт**: Times New Roman, Arial, а его размер должен быть соотнесен с удобством чтения. Заголовки тематических блоков должны читаться с

расстояния 1-3 м и оформляться шрифтом не менее 72 кегля (2,5 см), высота шрифта в текстах размещаемых на стенде документов - 16-18 кегль.

Размер **фотографий**: не менее формата А4. Более мелкие фотографии целесообразно объединять в единый коллаж, который воспринимается в качестве единого экспоната.

К **цвету текста** также есть рекомендации: документы предпочтительно оформлять в черно-белом варианте. Красный цвет использовать в исключительных случаях.

Профсоюзный стенд должен содержать **блоки постоянной и сменной информации**. Уже в самих названиях определено, что постоянный блок не требует замены, сохраняя свою актуальность длительное время (название «Профсоюзный стенд», логотип Профсоюза АСМ РФ, логотип и наименование профсоюзной организации, название тематических разделов (карманов) стенда и др.). Сменные материалы в целях полного и объективного информирования членов профсоюзов о работе всех уровней профсоюзной системы формируются из материалов источников этих уровней (ФНПР, Профсоюза АСМ РФ, территориального профобъединения, областной организации Профсоюза АСМ РФ, первичной профорганизации): сайтов, печатных изданий и официальных страниц в социальных сетях.



**Профсоюзный стенд должен включать следующие разделы:**

1. Информация о целях и задачах Профсоюза АСМ РФ;
2. Структура и контакты, адреса сайтов и QR-коды с выходом на

официальные страницы в социальных сетях ФНПР, Профсоюза АСМ РФ, территориального профобъединения, областной организации Профсоюза АСМ РФ, первичной профорганизации;

3. Состав профсоюзного комитета с указанием Ф.И.О., контактных телефонов, электронной почты, времени и места приема по личным вопросам, наименований профильных комиссий (в





соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006г. №152-ФЗ «О персональных данных»);

4. Выдержки из коллективного договора и указание адреса и времени, где и когда его можно прочитать в полном объеме;

5. План работы профсоюзной организации с указанием крупных мероприятий на месяц и год;

6. Постановления, документы рабочих органов профсоюзов разных уровней;

7. «Профсоюз помог» - конкретные примеры решения актуальных вопросов и проблем работников со стороны профсоюзной организации;

8. Актуальная информация по мероприятиям профорганов всех уровней (ФНПР, Профсоюза АСМ РФ, ТООП, областной организации Профсоюза АСМ РФ, городских и первичных профорганизаций, цеховых комитетов), в том числе по коллективным акциям, основным направлениям работы профсоюзной организации, о ходе коллективно-договорной кампании и т. д.;

9. Публикации профсоюзных СМИ;

10. Агитационные материалы (плакаты, листовки);

11. Поздравления членов профсоюзов с днями рождения, награждением и т.д.



Учитывая тот факт, что в организациях есть ряд несоответствий рекомендациям по ведению стенда, отделом организационной работы Аппарата Профсоюза АСМ РФ был разработан чек-лист для самоаудита. Сформированный список позволит ответственным за информационную работу организовать и упорядочить процесс по обновлению, наполнению стендов с учетом небольших задач, по которым можно проверить соответствие рекомендациям. По канонам работы с чек-листом, как только что-

то из перечня выполнено, напротив соответствующего пункта ставится галочка. Основная цель – воплотить все или хотя бы большинство пунктов.

Таблица: Чек-лист для самоаудита профсоюзного стенда

	Вопрос	Да	Нет
1	Есть ли название у стенда?		
2	Есть ли указание полного наименования Профсоюза АСМ РФ и его эмблема?		
3	Есть ли эмблема ППО?		
4	Есть ли контакты специалистов профкома?		
5	Есть ли график приема специалистами профкома?		
6	Информация читабельна?		
7	Шрифт более, чем 18 кегель?		
8	Есть ли фотографии?		
9	Фотографии формата А4?		
10	Присутствует ли на стенде профсоюзная инфографика?		
11	Есть ли у текста цвет?		
12	Есть ли постоянные блоки на стенде?		
13	Есть ли сменные блоки на стенде?		
14	Есть ли выдержки с коллективного договора?		
15	Есть ли план работы и крупных мероприятий?		
16	Есть ли информация уровня ФНПР?		
17	Есть ли информация уровня отраслевого профсоюза?		
18	Есть ли информация территориального профобъединения?		
19	Есть ли материалы «Профсоюз помог»?		
20	Есть ли публикации из профсоюзных СМИ?		
21	Есть ли агитационные материалы?		
22	Есть ли поздравления?		
23	Это поздравления только членов профсоюза?		
24	Обновляли ли вы стенд на прошлой неделе?		
25	Есть ли на стенде информация об ответственном за стенд?		

Ответив на 25 вопросов, очень легко отследить, что и в каком объёме осталось сделать, и при обновлении стенда в следующий раз исправить то, что требует доработки. Составленный чек-лист позволит ответственному за информационную работу в Профсоюзе АСМ РФ сфокусировать особое внимание на этом ресурсе и поддерживать его в привлекательном для работников состоянии.

Ответственным за стенды (как правило, это ответственные за информационную работу в первичных организациях) необходимо помнить, что:

- интерактив – это важно (добавляем инфографику, интересные схемы, фотографии);
- информация должна быть читабельна (чем выше стенд, тем крупнее шрифт);
- размещение материала строится по принципу: самая важная информация слева, так как она будет прочитана первой;
- прежде выбираем всё, что «ближе к кошельку» работника;
- писать про то, что организация сделала для членов Профсоюза АСМ РФ;
- проведение заседания профкома новостью не является;
- рядом со стендом можно разместить ящик для предложений, куда любой желающий может поместить свои замечания и предложения по работе профогранизации;
- наличие QR-кодов со ссылками на другие информационные ресурсы организации обязательно.

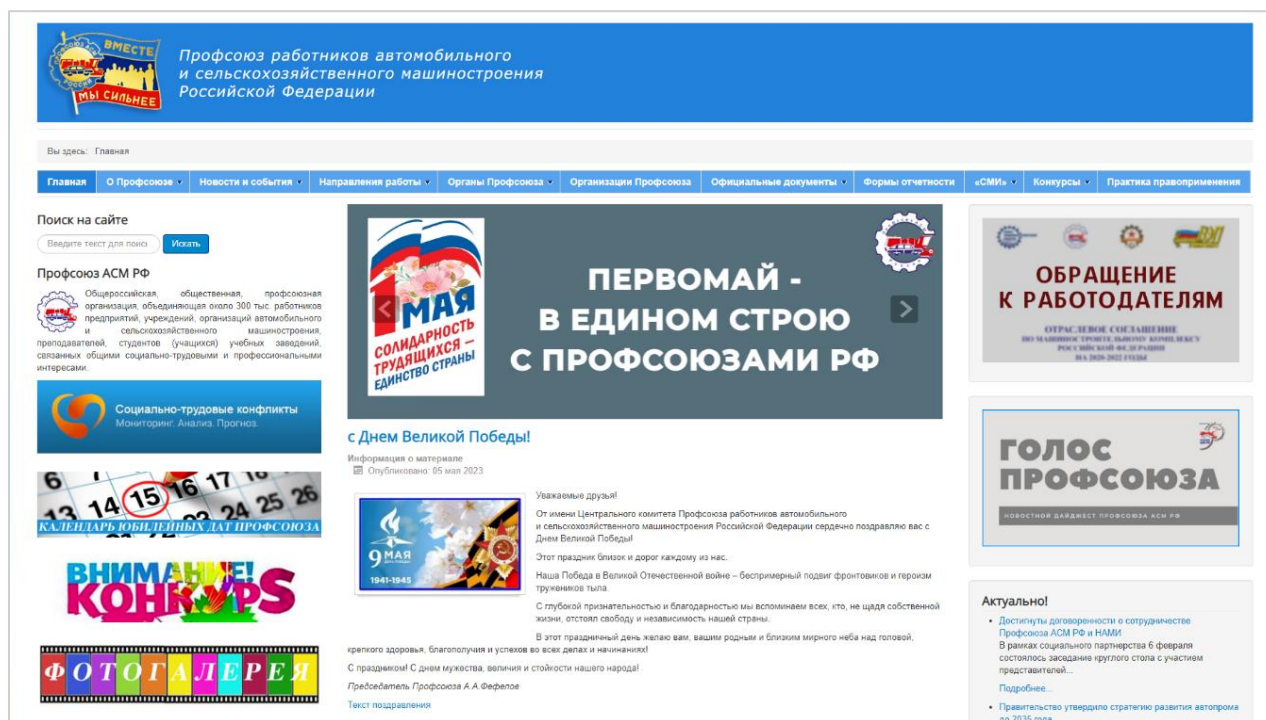
**Информационная работа посредством стендов в  
трудовых коллективах – это Голос Профсоюза АСМ РФ,  
и этот голос должен звучать громко!**



## **ОБЩИЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО НАПОЛНЕНИЮ ПРОФСОЮЗНОГО СТЕНДА:**

1. Информация о Профсоюзе АСМ РФ и профсоюзной организации: название и эмблема, история создания, цели и задачи.
2. Конкретные примеры того, как профсоюзная организация помогает членам: организация квалификационных курсов, поддержка при конфликтах с работодателем, оказание материальной помощи.
3. Информация о правах работников, защищаемых профсоюзной организацией: оплата труда, рабочее время, отпускные, медицинское страхование и т. д.
4. Фотографии и видеоматериалы с мероприятий, проводимых профсоюзной организацией (например, собраний, конференций, пикетов).
5. Стенд может содержать список обращений и жалоб от членов Профсоюза, которые были сняты благодаря помощи организации.
6. Независимые исследования, проводимые профсоюзами, в которых они отстаивают интересы работников, например, исследования условий труда, уровня зарплаты и т. д.
7. Информация о взаимодействии профсоюзной организации с другими организациями и властями, например, министерством труда.
8. Образовательный материал о Профсоюзе и о том, как в него вступить: учебные пособия, листовки, брошюры.
9. Контактная информация профсоюзной организации для тех, кто заинтересован в присоединении: адреса и телефоны офисов в разных регионах, электронные адреса.

## 1.2. Рекомендации по созданию и ведению сайтов организаций Профсоюза в сети Интернет



Сайт профсоюзной организации является важным инструментом, позволяющим обеспечить эффективную работу и взаимодействие всех участников организации. Сайт помогает улучшать коммуникацию между участниками организации, повышать информированность и эффективность ее работы.

**Роль сайта может быть разнообразной и включать в себя следующее:**

- 1. Информирование:** Сайт может быть использован для публикации новостей, сообщений и обновлений, которые интересны для членов Профсоюза АСМ РФ. Это поможет участникам организации быть в курсе происходящего, повышать информированность и улучшать коммуникацию.
- 2. Оповещение:** Сайт может использоваться для оповещения членов Профсоюза АСМ РФ о событиях, заседаниях, встречах и мероприятиях организации.
- 3. Консультация:** Сайт профсоюзной организации может содержать различные разделы обсуждений, форумы и конференции, которые



позволят участникам проводить дискуссии, задавать вопросы и получать советы от других участников.

4. **Поддержка сотрудников:** Сайт может быть использован для помощи сотрудникам в решении различных вопросов, относящихся к трудовым отношениям и условиям труда.
5. **Участие в общественной жизни:** Сайт профсоюзной организации может предоставлять информацию о различных общественных событиях и инициативах, которые интересны для участников организации.

### **ЗНАЧИМЫЕ ЭЛЕМЕНТЫ ПРОФСОЮЗНОГО САЙТА:**



1. Информация о Профсоюзе АСМ РФ и профсоюзной организации: организационная структура, правовая база, цели и задачи.
2. Новости профсоюзной организации и события, связанные с деятельностью Профсоюза АСМ РФ.
3. Контакты профсоюзной организации: телефоны, адрес, эл.почта.
4. Информация о результатах работы профсоюзной организации: отчеты, статистика, данные об участии в социально-экономической жизни города, региона, страны.
5. Информация и услуги для членов Профсоюза АСМ РФ: страхование, льготы, социальная защита, юридические консультации.
6. Блог, форум или обратная связь для обсуждения важных тем и проблем, связанных с работой и защитой прав работников.
7. Информация о профсоюзных акциях и мероприятиях.
8. Фото- и видеоматериалы, документы и другие материалы, связанные с историей и деятельностью профсоюзной организации.
9. Ссылки на другие ресурсы, связанные с профсоюзной деятельностью. Например, на сайты: ФНПР, Профсоюза АСМ РФ, территориального профобъединения, областной организации Профсоюза АСМ РФ и пр.
10. Программы и проекты, разрабатываемые и реализуемые профсоюзной организацией.

**ЧТОБЫ САЙТ ОРГАНИЗАЦИИ  
БЫЛ БОЛЕЕ ПОНЯТНЫМ И ИНТЕРЕСНЫМ ДЛЯ ПОСЕТИТЕЛЕЙ,  
РЕКОМЕНДУЕМ СЛЕДУЮЩИЕ ШАГИ:**

- ➡ 1. Определить целевую аудиторию сайта и настроить его на ее нужды и интересы.
- ➡ 2. Обеспечить удобную и интуитивно понятную навигацию по сайту, чтобы пользователи могли быстро и легко найти нужную информацию.
- ➡ 3. Использовать понятный и простой язык при написании контента для сайта, избегая сложных терминов и технических деталей, если это возможно. Например, «техническая инспекция» лучше заменить на «охрана труда», «выборные органы» - на «руководство» и так далее.
- ➡ 4. Предоставить информацию о Профсоюзе АСМ РФ, об организации и ее деятельности, в том числе об услугах, возможностях сотрудничества и контактных данных.
- ➡ 5. Разнообразить материалы на сайте, например, добавив визуальные элементы (фотографии, видео) и интерактивные инструменты (анкеты, калькуляторы).
- ➡ 6. Уделить внимание дизайну сайта, чтобы он выглядел современным и привлекательным, но при этом не перегруженным элементами.
- ➡ 7. Сделать сайт адаптивным и оптимизированным для мобильных устройств, чтобы пользователи могли удобно просматривать его на смартфонах и планшетах.
- ➡ 8. Предоставлять актуальную и интересную информацию на сайте, например, новости из отрасли, полезные советы, интересные статьи и т.д.
- ➡ 9. Предоставлять возможность обратной связи пользователям, например, через формы обратной связи, чаты или разделы со службой поддержки.
- ➡ 10. Следить за аналитикой сайта и проводить тестирования и оптимизацию, чтобы улучшать его функциональность и удобство использования.

## **ТРЕБОВАНИЯ К ИНФОРМАЦИИ, РАЗМЕЩАЕМОЙ НА ПРОФСОЮЗНОМ САЙТЕ:**

- 1. **Объективность:** информация на профсоюзном сайте должна быть объективной и достоверной. Не следует публиковать неподтвержденную информацию, слухи или предвзятые мнения.
- 2. **Актуальность:** информация должна быть актуальной и своевременной. Необходимо следить за тем, чтобы информация на сайте была постоянно обновляема и соответствовала современным реалиям.
- 3. **Четкость и ясность:** информация на сайте должна быть ясной и понятной для широкой аудитории. Не следует использовать специализированные термины, которые могут быть непонятны для большинства членов Профсоюза АСМ РФ.
- 4. **Полнота:** информация, размещаемая на сайте, должна быть полной и информативной. Необходимо давать членам Профсоюза АСМ РФ доступ ко всей необходимой информации, которая может отвечать их интересам и потребностям.
- 5. **Конфиденциальность:** необходимо соблюдать конфиденциальность информации, которая может касаться личных данных членов Профсоюза АСМ РФ, таких как ФИО, контактные данные, данные о зарплате и т.д.
- 6. **Удобство использования:** сайт должен быть удобен в использовании и иметь ясную структуру. Необходимо обеспечить членам профсоюза удобный доступ к информации и удобный интерфейс для взаимодействия с Профсоюзом.
- 7. **Соблюдение законодательства:** информация, размещаемая на сайте, должна соответствовать российскому законодательству и не нарушать права и свободы членов Профсоюза АСМ РФ и других пользователей Интернета.

**Согласно Программы информационной деятельности  
Профсоюза АСМ РФ, профсоюзный комитет первичной  
профсоюзной организации организует функционирование  
собственного интернет-сайта или использует страницу интернет-  
сайта Профсоюза с регулярным обновлением.**



## Рекомендуемое наполнение разделов сайта профсоюзной организации Профсоюза АСМ РФ:

1. **О Профсоюзе АСМ РФ:** полное наименование Профсоюза АСМ РФ и его эмблема.

### 2. Об организации:

- миссия, цели, задачи, круг решаемых вопросов;

- история;

- председатель (страница с биографией, актуальной фотографией);

- коллегиальные органы (как минимум списком, лучше – с фото и краткой биографией);

- структурные организации (при наличии) - как минимум списком, лучше – с логотипами, именами руководителей и контактами для связи (в соответствии с Федеральным законом от 27.07.2006г. №152-ФЗ «О персональных данных»).

**2. Направления работы.** Подразделы с точки зрения их последующего наполнения проще выстраивать в соответствии со структурой аппарата (при его наличии), направлениями работы Профсоюза АСМ РФ, первички или структурных подразделений, а также программой действий профсоюзов и решениями съездов. Наполнение разделов: описание направления, контакты специалиста (при наличии), системные документы по теме, методические материалы, новостная лента по теме.

### Альтернативный рубрикатор по направлениям работы:

- Проекты (при их наличии);

- Документы (решения выборных органов, документы Профсоюза АСМ РФ и других профсоюзных организаций, положения о конкурсах и т.п.);

- Консультации (правовая, консультация по охране труда или любая другая, часто задаваемые вопросы с ответами и инструментом поиска, форма электронной заявки на консультацию, телефоны горячих линий и т.д.);

- «Как стать членом Профсоюза АСМ РФ» (может содержать инструкции, типовые документы на вступление, контакты или ссылки на тех, кто может консультировать по данному вопросу, форму электронной заявки на консультацию);

- Контакты: адрес, время работы, телефон, электронная почта, ссылки на социальные сети, формы для электронных обращений.

**3. Новости:** общая новостная лента с рубриками. Возможные рубрики:

- ✓ Новости Профсоюза АСМ РФ,
- ✓ Новости ФНПР,
- ✓ Новости Профобъединения,
- ✓ Новости теркомов,
- ✓ Новости ППО и ее структурных подразделений.

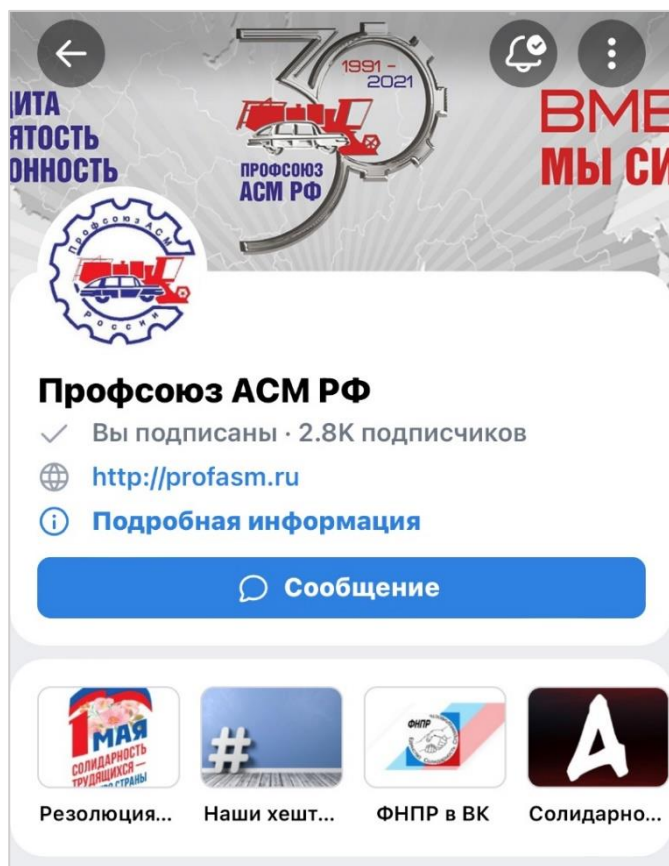
Более подробно Рекомендации и требования по созданию и ведению сайтов организаций Профсоюза АСМ РФ в сети Интернет изложены в Рекомендациях ФНПР. Ознакомиться с ними можно на сайте ФНПР <https://fnpr.ru/> в разделе «ДОКУМЕНТЫ».



Самое главное требование к **размещаемой информации** – информация должна быть достоверной. Также информация, которая размещается в интернете, должна быть доступна для прочтения, легко находиться, быть доступной к копированию и скачиванию, а также иметь дату.



## 1.3. Рекомендации по ведению профсоюзной страницы в социальных сетях



Для профсоюзных организаций социальные сети являются эффективным инструментом для привлечения новых членов Профсоюза, информирования о текущих и планируемых мероприятиях и акциях Профсоюза АСМ РФ и профсоюзной организации, обмена опытом и общения между членами Профсоюза АСМ РФ (в том числе, потенциальными).

Социальные сети позволяют профсоюзам быстро и эффективно узнавать мнение работников, проводить опросы и выявлять самые актуальные

для них темы. Также через социальные сети можно организовывать массовые акции, конкурсы и тематические кампании, мобилизуя большое число людей для поддержки каких-либо идей.

Однако социальные сети могут также стать проблемой для тех организаций Профсоюза, которые не умеют правильно управлять своими онлайн-ресурсами. Необходимо следить за качеством информации, которая публикуется на страницах профсоюзной организации, чтобы избежать спада интереса к организации, недоверия или конфликтов.

В целом, социальные сети представляют собой мощный инструмент для профсоюзной организации, помогая укреплять и расширять свое влияние и улучшать возможности взаимодействия между членами Профсоюза АСМ РФ и участниками.



## ОСНОВНЫЕ РЕКОМЕНДАЦИИ ПО ВЕДЕНИЮ СОЦСЕТЕЙ:

1. **Определите цели и стратегию:** перед началом ведения социальных сетей профсоюзной организации важно определить цели, которые будут достигаться через эти каналы коммуникации. Также необходимо создать стратегию, которая будет описывать тип контента, частоту публикации, аудиторию и прочие детали.

2. **Выберите подходящие платформы:** для каждой социальной сети необходимо выбрать подходящий контент.

3. **Оцените аудиторию:** изучайте аудиторию, которая подписывается на ваш аккаунт в социальных сетях, и на основе этого определяйте, какой контент будет наиболее интересным и полезным для нее.

4. **Следите за трендами:** в социальных сетях всегда происходят изменения, поэтому необходимо следить за новостями, трендами и обновлениями платформ. Таким образом, вы сможете находить новые возможности для привлечения аудитории и обеспечения ее удержания.

5. **Будьте активными и вовлеченными:** человеческий контакт очень важен в социальных сетях, поэтому необходимо делать все возможное для поддержания диалога с подписчиками. Отвечайте на вопросы, комментируйте посты и проводите опросы, чтобы стимулировать аудиторию к действию.

6. **Стимулируйте взаимодействие:** создавайте контент, который будет мотивировать подписчиков к действиям, например, к общению с профсоюзной организацией или же участию в конкретных мероприятиях.

7. **Измеряйте результаты:** мониторинг деятельности в социальных сетях позволяет отслеживать результаты работы и корректировать стратегию. Измеряйте число подписчиков, уровень вовлеченности и количество реакций на контент, чтобы оценить эффективность ваших действий.

**Согласно Программы информационной деятельности Профсоюза АСМ РФ, профсоюзный комитет первичной профсоюзной организации активно организует создание страничек организации в социальных сетях, используя современные технологии продвижения.**

Визуальные характеристики и структурно-тематическое наполнение профсоюзной страницы (группы, сообщества) в социальных сетях подробно отражены в рекомендациях ФНПР по ведению профсоюзной страницы в социальных сетях. Ознакомьтесь с ними можно на сайте ФНПР <https://fnpr.ru/> в разделе «ДОКУМЕНТЫ». Остановимся на некоторых.

### **Главные принципы оформления и ведения профсоюзной страницы:**



- ✓ оперативность подачи проверенной информации;
- ✓ актуальность информации для членов Профсоюза АСМ РФ;
- ✓ трансформация информации из разных источников под профсоюзную идеологию;
- ✓ регулярность обновления (ежедневно);
- ✓ краткость и доступность изложения.

При выборе соцсетей упор необходимо делать на те, которыми пользуется большинство членов Профсоюза АСМ РФ. В первую очередь, это «ВКонтакте», «Одноклассники», мессенджер «Telegram», видеоплатформы «Rutube» и «TikTok».

**ОФОРМЛЕНИЕ СТРАНИЦЫ** (группы, сообщества) – краткое и понятное название профорганизации (не аббревиатура); принадлежность к Профсоюзу АСМ РФ и ссылки на его информационные ресурсы, логотип профсоюзной организации; фирменный стиль, в т. ч. корпоративный цвет Профсоюза.

### **ОФОРМЛЕНИЕ ПОСТА:**

- продолжительность видео не более 10-30 сек., с подписями, субтитрами;
- структурирование текста поста по абзацам, с использованием эмодзи (смайликов);
- объем поста не более 3 абзацев;
- предпочтительнее использование в постах собственных картинок, фотографий, без злоупотребления заимствованиями из интернета;
- хэштеги (тематические рубрикаторы).

**Общие хештеги для всех публикаций организаций, входящих в Профсоюз АСМ РФ:**

#профсоюз\_асм

#асм\_территории

## Хештеги для публикаций по направлениям:

#асм\_автопром

#асм\_сельхозмаш

#асм\_соцпартнерство

#асм\_экономика

#асм\_охранатруда

#асм\_оргработа

#асм\_информработа

#асм\_право

#асм\_культура

#асм\_женщины

#асм\_мужчины

#асм\_молодежь

#асм\_спорт

#асм\_инициатива

#асм\_соревнование

#асм\_конкурс

### НА ГАЗЕ СТАРТОВАЛА ОТЧЕТНО-ВЫБОРНАЯ КАМПАНИЯ

👉 В профсоюзной организации Горьковского автозавода стартовала отчетно-выборная кампания 2023 года.  
👉 16 мая на заседании профсоюзного комитета ППО в ОАО "ГАЗ" было принято соответствующее постановление.  
👉 Комиссией по организационной работе подготовлен специальный раздел на сайте профсоюзной организации

[https://profkom.gaz.ru/doc\\_2023.asp](https://profkom.gaz.ru/doc_2023.asp)

в котором собраны все документы, бланки и методические пособия для проведения отчетно-выборной кампании.

#Профсоюз\_ACM  
#асм\_территория  
#асм\_оргработа  
#асм\_газ



👉 Председатель профсоюзной организации ООО "ЧТЗ-УРАЛТРАК" Олег Максимович Косых вручил председателям цеховых профсоюзных организаций Почетные грамоты и Знаки "За активную работу в профсоюзе" Челябинской областной организации профсоюза автомобильного и сельскохозяйственного машиностроения, а также Почетные грамоты и Благодарности первичной профсоюзной организации.

👉 Впереди, во время предстоящей юбилейной недели, пройдут праздничные мероприятия в подразделениях завода, во время которых профсоюзные награды найдут и своих героев – профактивистов цехов и отделов!

#профсоюз\_ЧТЗ  
#профсоюз\_ACM  
#90летЧТЗ



🌸 Дорогие друзья, Первичная профсоюзная организация АО «АВТОВАЗ» поздравляет вас с наступающим праздником Весны и Труда и приглашает вас вместе с детьми принять участие в наших мастер-классах и других площадках, которые будут работать 1 Мая с 13:00 до 15:00 в Парке Победы Автозаводского района:

📍 Центральная аллея – лепка фигурок из теста, рисунки мелом на асфальте, акция «Письмо солдату», фотозона;

📍 Площадь возле Монумена Славы – мастер-класс по вязанию маскировочных сеток и Георгиевских ленточек.

😊 Пусть майские праздники и выходные дни принесут вам только позитивный отдых, придадут новых сил и наполнят энергией. С Первомаем! Ура!

#профсоюзавтоваза #профсоюз\_асм  
#профновости #оперативка



Состоялось открытое первенство по легкоатлетическому кроссу на призы профсоюзной организации ПАО КАМАЗ. 300 спортсменов приняли участие, плюс полторы сотни болельщиков с детьми.

Из Башкирии приехала команда НЕФАЗа! Из города тоже была выставлена команда. На первенстве было место и спорту и творчеству. Девушки и юноши плясали под музыку, пели песни. Это были реально веселые старты! Азарт спортивного праздника передавался всем! Много было детей и им было тоже весело, так как постоянно работали аниматоры.

#камаз  
#профсоюз\_камаза  
#фпрт  
#профсоюз\_асм  
#легкоатлетический\_кросс



## Хештеги для публикаций о людях:

#асм\_знайнаших.

## КОНТЕНТ. При его создании необходимо:

- 1) четко представлять целевую аудиторию, учитывая социальных партнеров, трудовые коллективы, профактив, СМИ, а также нечленов профсоюза;
- 2) составлять контент-план на определенный период времени, содержащий примерное описание материалов, сроки их подготовки и публикации;
- 3) предварительно проверять информацию перед ее размещением в соцсети на предмет ее соответствия действительности;



- 4) адаптировать материалы под соцсети, без прямого дуближа содержания профсоюзных сайтов: использовать короткие предложения и неофициальный стиль изложения, избегая канцеляризмов;
- 5) **трансформировать информацию, полученную из сторонних источников, под профсоюзную идеологию.**

### **РАБОТА С КОММЕНТАРИЯМИ.**

После публикации поста в первые два дня необходимо следить за комментариями пользователей и, по возможности, оперативно на них реагировать. Не рекомендуется удалять негативные комментарии с рациональным содержанием в виде запроса на помощь профсоюза: конструктивные жалобы членов Профсоюза АСМ РФ в соцсетях подлежат рассмотрению и публичной реакции на них.

### **СОВЕТЫ ПО РАБОТЕ С ПУБЛИКАЦИЯМИ.**

Используйте разные подходы и виды контента: ваша аудитория может лучше реагировать на статьи и плейлисты или забавные картинки и видео. Экспериментируйте с форматами и следите за статистикой. Отмечайте для себя, какие посты повышают вовлечённость аудитории, и публикуйте наиболее интересный подписчикам контент.

Публикуйте контент регулярно и старайтесь не делать больших перерывов, но и не публикуйте посты слишком часто.

Оригинальные записи против репостов. Оригинальные записи — в приоритете. Если ваша страница по большей части публикует репосты из других сообществ и профилей, она может получить меньший охват в ленте новостей и рекомендациях. При этом если вы в точности повторите информационный материал, то это также не будет воспринято как уникальный контент. Для использования таких материалов лучше делать рерайт или добавлять комментарий (например, руководителя организации).

Один из ключевых факторов успеха публикации — активность аудитории. Чем больше лайков, репостов, комментариев получает ваша запись, тем большему числу пользователей она будет предложена для просмотра в ленте новостей. При



этом учитывается еще и время этой реакции – самые «ценные» первые реакции. Для повышения вовлеченности используйте призывы к действию в тексте, опросы и голосования и так далее.

## **ИЛЛЮСТРАЦИИ.**

Для того, чтобы иллюстрации вашего сообщества смотрелись гармонично, есть смысл создать несколько шаблонов с одинаковыми шрифтами, цветовой палитрой и элементами дизайна под разные типы контента. Например: цитата, заголовок с иллюстрацией-фото, заголовок с иллюстрацией-инфографикой, заголовок без иллюстрации и так далее. Тогда в будущем вы будете не заново создавать визуализацию, а только менять текст и картинки.

### **Несколько простых приемов для того, чтобы наложить текст на фотографию:**

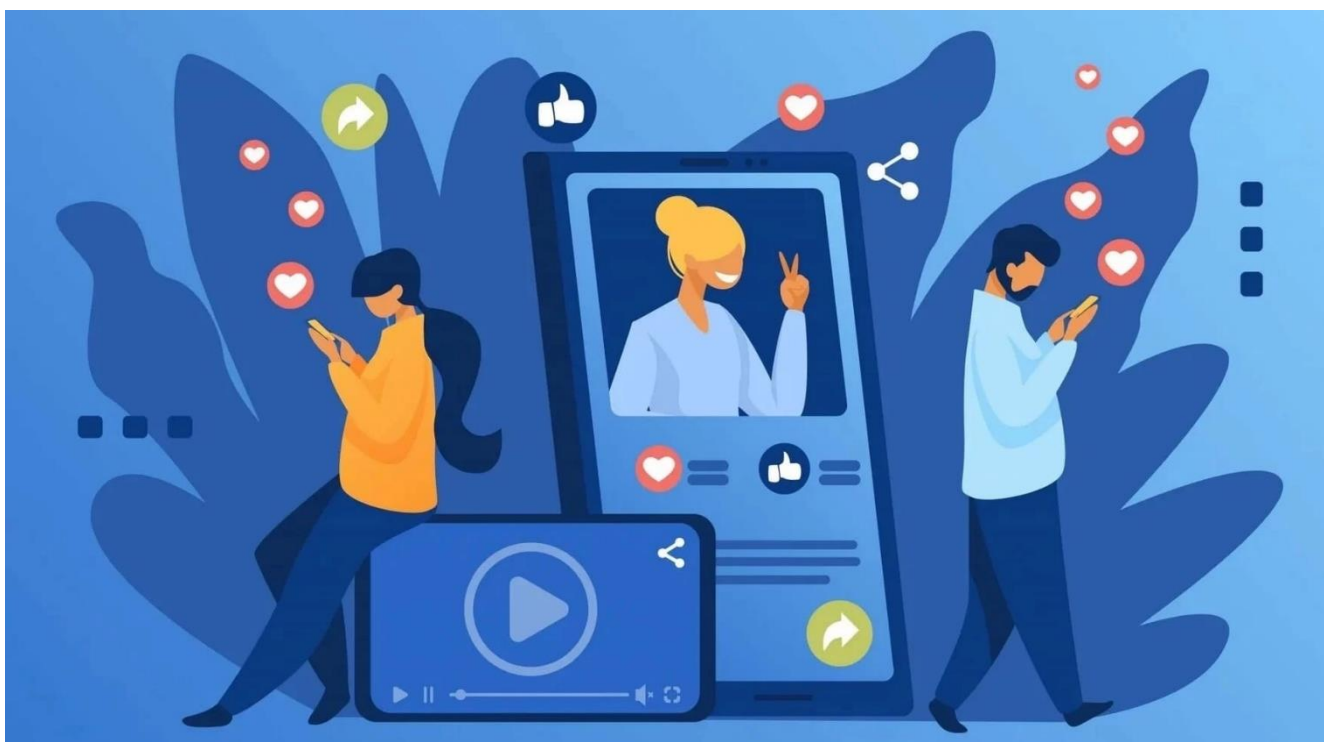
- ✓ затемнить изображение – наложить светлый текст;
- ✓ осветлить изображение – наложить темный текст;
- ✓ наложить на изображение область контрастного цвета, а на ней уже сделать надпись;
- ✓ выделить каждую строчку текста цветом;
- ✓ сделать фоновое изображение мутным;
- ✓ выбирать такие изображения, где есть однотонное место для надписи;
- ✓ добавить тень или свечение или обводку к вашему тексту.

Обязательно брендируйте ваши шаблоны – найдите в них место для логотипа Профсоюза АСМ РФ, логотипа и (или) названия профсоюзной организации. Это повысит узнаваемость ваших сообщений в новостной ленте подписчиков. При этом постарайтесь сделать так, чтобы ваш логотип не был слишком ярким и не занимал слишком много места, иначе весь акцент пойдет на него, и изображение потеряет свою привлекательность.

**Итак, социальные сети могут быть полезны вашей организации для:**

- ➡ ▪ Коммуникации и обмена информацией между членами Профсоюза АСМ РФ.
- ➡ ▪ Организации мероприятий и встреч.
- ➡ ▪ Поддержки общественных акций и протестов в отношении трудовых прав работников.
- ➡ ▪ Создания базы данных членов Профсоюза АСМ РФ и их роли в предприятии.
- ➡ ▪ Мониторинга рынка труда и обмена информацией о вакансиях, условиях труда и заработной плате.
- ➡ ▪ Проведения информационной работы, касающейся прав членов Профсоюза АСМ РФ и действий Профсоюза в целом.
- ➡ ▪ Взаимодействия с другими организациями и профсоюзами для защиты прав и интересов трудящихся.

## 1.4. Рекомендации по написанию новостных текстов



Обилие новостей, без которых уже невозможно представить современный мир, вызывает у многих из нас желание влиться в этот информационный поток и создать интересный контент. Но писать также профессионально, как журналисты, сразу получается не у каждого. Ведь дело не столько в таланте, сколько в основах практической стилистики русского языка, необходимых для написания публикаций.

По общепринятой классификации публикации делятся на три жанра – **информационные, аналитические и художественно-публицистические**. Первые сообщают о единичном факте (к ним относятся заметка, репортаж, отчёт), вторые обобщают и осмысливают группу взаимосвязанных фактов или явлений в жизни общества, выявляя его проблемы (интервью, статья, рецензия), а третьи оценивают действительность и судьбы людей, высказывая личное отношение к ним с помощью литературных приёмов (очерк, фельетон, эссе). Большинство из материалов, которые создают в профсоюзных организациях, относятся к информационным, реже – аналитическим жанрам.

## КАК ПИСАТЬ ИНТЕРЕСНЫЕ ТЕКСТЫ?

### 1 ПРАВИЛО.



Правильное составление **заголовка** – это и есть первый шаг для написания интересных публикаций. Он должен быть **максимально коротким**, содержать главную мысль текста и отвечать на вопрос, о чём вообще автор хочет сообщить своим читателям. С точки зрения лингвистики, он представляет собой простое повествовательное предложение со сказуемым преимущественно в форме глагола и подлежащим, а также определением, дополнением или обстоятельством. Все вместе они должны выражать новую информацию с законченным действием, а не описанием всем известных фактов. Например, «Экономику проверили цифровизацией».

Ни в коем случае в заголовке **НЕЛЬЗЯ** употреблять нераспространённые предложения, набор существительных и прилагательных без сказуемого, канцеляризм, краткие причастия, деепричастия, вопросительные и побудительные предложения. Примеры неудачных заголовков – «Весна пришла», «Председатель отвечает», «Форум «Сообщество», «О работающих пенсионерах», «Проверка соблюдения законодательства по охране труда в бюджетных и муниципальных учреждениях ППО», «19 апреля профкомом ... проведен ежегодный семинар о практике применения трудового законодательства», «Подпишись! Будь в курсе!». Подобные грамматические конструкции не имеют смысловой завершенности, они слишком громоздки, не раскрывают сути события, о котором хотел рассказать автор, и не вызывают у читателей желания потратить своё драгоценное время на такие публикации.

**Чтобы проверить, насколько интересен будет заголовок для вашей целевой аудитории, просто произнесите его вслух.**

## 2 ПРАВИЛО.

То же самое относится и к остальному тексту, который должен отвечать на шесть главных вопросов:



**КТО?**  
**ЧТО?**  
**ГДЕ?**  
**КОГДА?**  
**КАК?**  
**ЗАЧЕМ?**  
**ПОЧЕМУ?**

Это второе правило написания интересных текстов. Перечисленные вопросы раскрываются с помощью констатирующих и развивающих тезисов, подчиняющихся языковой логике. Они следуют друг из друга.

Лид (первый абзац в новости, пресс-релизе или посте, в котором в общем раскрывается содержание главной мысли) должен цеплять читателя и вызывать у него любопытство.

## 3 ПРАВИЛО.



Третье правило написания интересных текстов – это обязательное использование в нём **АНАЛИТИЧЕСКОЙ ОЦЕНКИ СИТУАЦИИ**. Если говорить проще, то это выводы, которые автор делает на основе изложенной в материале информации. Они даются всегда в конце публикации.

Важно также отметить, что любой текст – это выражение авторской позиции к происходящим вокруг событиям. Никому неинтересно читать про совещания, конференции, симпозиумы и т.д. Но всегда можно повернуть текст так, что он заиграет новыми красками. Для этого можно использовать принцип перевёрнутой пирамиды, когда самая любопытная информация даётся в начале текста, а менее значимая – в конце.

**Что еще важно при написании новостного материала?** Из материала **ДОЛЖНО БЫТЬ ПОНЯТНО ЗНАЧЕНИЕ СОБЫТИЯ** и то, почему материал опубликован: повестка мероприятия, фактура выступлений, сами комментарии должны четко отражать профсоюзную составляющую, рассказывать о деятельности, целях и задачах профсоюзной организации в ключе описываемых событий, мероприятий, выступлений и т.д.

## **НОВОСТНЫЕ ТЕКСТЫ В СОЦИАЛЬНЫХ СЕТЯХ.**

В социальных сетях действует правило:

### **ОДИН ПОСТ – ОДНА МЫСЛЬ.**

Если текст все-таки получился большой, то его можно разделить на несколько постов. Короткие записи желательно укладывать в 100-300 символов, длинные – до 4 000 символов.

В текстах обязательно должна быть указана полная информация (без сокращений и аббревиатур) о событии: название мероприятия, дата и место его проведения; тема, названия организации, населенного пункта, региона, где проводится мероприятие, происходит событие и т.п.; справочная информация (подготовка к событию, состав участников мероприятий, если он иллюстрирует статусность события, краткое изложение сути).

Необходимо избегать избыточной информации (общих слов, лирических отступлений – всего, что не относится к конкретным описываемым событиям), отвлечения от темы сообщения.

В тексты новостей рекомендуется включать **комментарий-цитату** официального лица вашей профсоюзной организации или профсоюзного эксперта, организатора профсоюзной акции, участника события и т.п. В цитате с комментарием мысль должна быть полной и законченной. В ней должно быть конкретное указание на описываемое событие. Мысль должна быть сформулирована однозначно, так, чтобы даже из вырванной из контекста заметки цитаты читателю, который ничего не знает о данном событии, было понятно, о чем новость и при чем тут профсоюз.



Цитата должна быть заключена в кавычки и отделена от остального текста пробелами. Цитатой не могут быть обрывки мыслей. Подводка к цитате должна подтверждаться цитатой.

Имена людей, упоминаемых в сообщении, писать полностью, избегать инициалов.

### **ВОЗМОЖНАЯ КОНСТРУКЦИЯ ТЕКСТОВ:**

1. Заголовок – главный новостной повод (профсоюзная акция, предложение, решение, инициатива и т.п.).
2. Лидер-абзац – расшифровка новостного повода (краткий ответ на вопросы «Кто, Что, Когда, Где, Как, Почему»).
3. Текст – само сообщение, построенное по принципу от главного содержания к раскрывающей и дополняющей его информации (3-7 абзацев).
4. Дата выпуска материала.
5. Источник, если материал взят, например, с сайта Профсоюза.



### **В текстах желательно избегать:**

- списков участников мероприятий, как основных блоков текстов;
- сценариев мероприятий;
- необработанных докладов, отчетов о рабочих поездках лиц, не имеющих отношения к профсоюзам;
- отчетов о деятельности предприятия, органов власти.

Рассказывая об участии профсоюзного лидера в мероприятии, в котором также приняли участие приглашённые руководители предприятий/регионов/законодательной власти, можно не цитировать слова этих руководителей, если они не подтверждают мнение профсоюзного лидера. При этом профсоюзный лидер может прокомментировать озвученный на мероприятии тезис.

**Фотографии.** Фотографии, иллюстрирующие новостные материалы, должны быть хорошего качества, композиционно выстроенные. На фотографии не должны стоять дата и время снимка. В названии файла с фото должны быть только

латинские буквы, допускается использование \_ и - (нижнее подчеркивание и дефис). Остальные знаки использовать нельзя, в т.ч. пробел. Рекомендуется указывать источник фото (автора), если фотография не принадлежит на авторских правах владельцу сайта.

**Большие и сложные тексты в социальных сетях не пользуются успехом и редко прочитываются до конца.**

**Чтобы текст был интересен читателю он должен быть и просто написан, и интересно оформлен.**

Не стоит использовать сложные синтаксические конструкции, большое количество вводных слов и причастных, деепричастных оборотов. Стилистика текста должна представлять собой среднее между письменной и устной речью.



**Рекомендация - перед публикацией прочтите текст вслух и, если какой-то оборот покажется выбивающимся или неблагозвучным, замените его.**

Итак, подведем итог. Начинаться текст должен с введения, главные и уточняющие мысли должны быть собраны в основной части, и, чтобы текст не обрывался, а имел логическое завершение, в конце обязательно должно быть заключение. Этот общий принцип работает и для текстов, и для соцсетей.

**Рекомендуем использовать следующую схему построения текста:**



1. **Заголовок** – главный информационный повод (профсоюзная акция, мероприятие, решение, инициатива и т.п.). Заголовок не должен обязательно повторять название и формат мероприятия. В написании заголовка следует избегать шаблонных и «заезженных» фраз и словосочетаний.

- 2. **Лидер-абзац** – расшифровка новостного повода (краткий ответ на вопросы Кто? Что? Когда? Где? Как? Почему? и т.д.). В среднем это 3-4 предложения. От этого абзаца чаще всего зависит, будет ли пользователь далее раскрывать ваш пост, под надписью «показать полностью». В лидер-абзац принято помещать своеобразные «якоря» или триггеры внимания. Чтобы пользователь узнал в информации себя, свои или коллег насущные проблемы. Якорь – обещание выгоды для читателя, достоверное сообщение, что при прочтении он узнает что-то ценное, интересное и полезное. Конкретике нет места в лидер-абзаце, его задача – обозначить направление дальнейшего повествования, а подробное раскрытие заданной темы непременно должно произойти далее.
- 3. **Основной текст** – само сообщение, построенное по принципу от главного содержания к раскрывающей и дополняющей его информации.
4. **Заключение** – общие выводы, призыв к действию. Это может быть фраза или вопрос, побуждающий пользователей ставить лайки, поделиться своими мыслями или опытом в комментариях, тем самым продвигая пост и увеличивая его охват.
- 5. Украшением любого текста станет **комментарий** от первого лица (первоисточника). Например, председателя первичной организации, организатора профсоюзной акции, участника события и т.п.

## 2. Рекомендации по информационному взаимодействию профсоюзных организаций.



Информационное взаимодействие структурных подразделений Профсоюза АСМ РФ (профсоюзных организаций) представляет собой процесс обмена информацией между различными организациями Профсоюза для достижения общих целей и защиты прав и интересов трудящихся, членов Профсоюза.



Основными **целями** информационного взаимодействия профсоюзных организаций являются:

- Распространение информации о правах и обязанностях трудящихся.
- Уведомление членов Профсоюза АСМ РФ о результатах переговоров и принятых решениях, касающихся условий труда и социальных гарантий.
- Организация различных акций солидарности.
- Оказание помощи и поддержки работникам, которые столкнулись с нарушением прав.

Информационное взаимодействие профсоюзных организаций необходимо по нескольким **причинам**:

1. **Обмен опытом.** Различные профсоюзные организации работают в разных регионах и сталкиваются с разными проблемами. Обмен опытом и информацией позволяет профсоюзным организациям учиться друг у друга и находить более эффективные подходы к решению проблем.

2. **Координация усилий.** Информационное взаимодействие позволяет координировать свои усилия и действовать совместно для достижения общих целей.
3. **Лоббирование интересов.** Информационное взаимодействие позволяет профсоюзным организациям координировать свои усилия в лоббировании интересов своих членов перед правительством и работодателями.
4. **Обеспечение единства.** Информационное взаимодействие помогает профсоюзным организациям сохранять единство в своих действиях и организовывать общие акции и протесты.



**Информационное взаимодействие профсоюзных организаций может осуществляться через различные каналы связи, включая электронную почту, социальные сети, телефон и личное общение. Кроме того, организации Профсоюза, при участии и согласовании ЦК Профсоюза АСМ РФ, могут организовывать конференции, вебинары, семинары и другие мероприятия для обмена информацией и обсуждения важных тем.**

**Для построения информационного взаимодействия между профсоюзными организациями Профсоюза АСМ РФ рекомендуем использовать следующие шаги:**

➡ 1. Использование для обмена информацией общей платформы Профсоюза АСМ РФ, где работники профсоюзных организаций, ответственные за информационную работу, делятся новостями, опытом работы, проблемами и их решениями:

- сайт <https://profasm.ru/>;
- группы в социальной сети ВКонтакте «Профсоюз АСМ РФ» (<https://vk.com/profasmrnf>) и «Информработа в Профсоюзе АСМ» ([https://vk.com/profasm\\_info](https://vk.com/profasm_info)).

- ➡ 2. Организация регулярных совещаний. Мероприятия могут проводиться онлайн или офлайн. Важно, чтобы на встречах присутствовали представители всех профсоюзных организаций, чтобы обмен мнениями и решениями был полным.
- ➡ 3. Разработка общей программы по повышению квалификации работников, в которую включается обучение новым технологиям и методам информационной работы. Общее участие должно стать приоритетным для организаций.
- ➡ 4. Создание совместного медиапроекта. Общую медиа платформу можно использовать для публикации новостей, обзоров, интервью и статей о работе организаций, практиках улучшения рабочих условий и др.
- ➡ 5. Организация акций в поддержку прав трудящихся. Возможна организация демонстраций, шествий и других акций (в том числе, онлайн) с целью защиты прав трудящихся на производстве или на уровне законодательства.



Все вышеперечисленные шаги направлены на укрепление единства и солидарности профсоюзных организаций одной отрасли и на оказание поддержки работникам в решении проблем, связанных с трудом, условиями и оплатой труда.

### **Каналы информационного взаимодействия организаций Профсоюза:**

1. Семинары-совещания онлайн (2 раза в год).
2. Электронная почта.
3. Социальная сеть ВКонтакте.
4. Группа в мессенджере Ватсапп.

Важным аспектом информационного взаимодействия профсоюзных организаций является совместное действие в интересах защиты прав и интересов трудящихся. Объединение профсоюзных организаций позволяет представлять общие требования и гарантировать эффективность в обработке информации и координацию действий при защите прав членов Профсоюза АСМ РФ.



## Заключение.

Заниматься информационной работой в профсоюзной организации – это значит, понимать всю важность и необходимость мотивации профсоюзного членства, сохранения численности членов Профсоюза, поддержки положительного имиджа Профсоюза АСМ РФ и развития профсоюзного движения в целом. Если эта работа не останется без внимания и ей будет уделено должное время и силы, результат не заставит себя ждать. У работников появится неподдельный интерес к профсоюзной организации и желание принимать более активное участие в её работе.

Данные рекомендации являются реальным помощником для ведения информационной работы в профсоюзных организациях Профсоюза АСМ РФ посредством разных каналов связи, как традиционных, так и современных.



**Помните, информированность работника о деятельности профсоюзной организации и Профсоюза АСМ РФ напрямую влияет на его мотивацию по вступлению и пребыванию в профсоюзе!**

*«Методические рекомендации по ведению информационной работы и информационному взаимодействию профсоюзных организаций Профсоюза работников АСМ РФ» подготовлены Чайкун Т.В., членом комиссии ЦК Профсоюза АСМ РФ по вопросам профсоюзного образования, молодежной политики и информационной работы, заведующим отделом по информационной работе Первичной профсоюзной организации АО «АВТОВАЗ» АСМ РФ.*