



Информационный ЛИСТОК

№ 27 (498)
ноябрь 2017

СОЦСЕТИ ПРОФСОЮЗА: КАКОВ УЛОВ?



Как бы ни ругали социальные сети, сколько бы ни пеняли, что современный человек проводит там много времени, нужно признать, что они стали частью нашей жизни, как в свое время радио, телевидение, интернет. А для информационщиков это еще и хороший инструмент доведения профсоюзной информации. Как информационная служба профсоюза использует этот ресурс?

Почти 19,5 тысяч человек объединили социальные сети ГМПР, – об этом сообщают данные мониторинга, проведенного ЦС профсоюза в октябре-ноябре 2017 года. Здесь информация о деятельности профсоюза, проведенных мероприятиях, призывы прийти на акцию, выразить свое отношение к тем или иным проблемам работающего человека, консультации и др. Так удается заинтересовать в профсоюзных делах широкую аудиторию. Часть проектов по созданию сетей

уже реализована, другие находятся в разработке. Наиболее популярные материалы набирают по несколько сотен реакций – отметки «нравится», перепосты и просто просмотры.

Каждая площадка нацелена на свою аудиторию, и системная работа приносит плоды. Посетителями профсоюзных социальных сетей становятся не только члены организации, но и не состоящие в ГМПР, на нашу деятельность обращают внимание внешние СМИ.



Сегодня в Единой информационной системе ГМПР 52 страницы в социальных сетях: 13 из них принадлежат 8 территориальным организациям, 39 групп – у 27 первичек, 14 – ведет профсоюзная молодежь. По данным Росстата, социальными сетями пользуются около 60% населения, в ГМПР этот показатель менее 5%.



«ВКонтакте» присутствуют территориальные организации Волгоградской, Вологодской, Кемеровской, Ленинградской и Челябинской областей, Пермского и Алтайского края. Хорошим примером выступает страница Вологодской ТПО – новостная лента содержит материалы разной направленности, анонсы располагаются в виде закрепленных публикаций и «висят» определенный срок.

Подписка – важная составляющая соцсетей: число участников группы является основным публичным показателем действенности этого ресурса.

Безусловные лидеры здесь – Вологодская областная организация (6353) и ППО «Алтай-кокс» (2107), «средняя температура» по ГМПР – 280 подписчиков.

Интересна созданная в «ВК» три месяца назад страница «Металлурги и горняки. Фотострана» Челябинской областной организации (744 подписчика). Примеры хорошего тематического наполнения и оформления – страницы в социальных сетях первичек ПНТЗ и Базэл-цемент Пикалево.



Для ряда профорганизаций игнорирование соцсетей – ошибка, для других – никак не поможет им в развитии. Но чем больше мы ориентированы на распространение профсоюзной информации, тем больше читателей «поймаем» в свои соцсети.