

## **ИНФОРМИРОВАНИЕ, АГИТАЦИЯ, ПРОПАГАНДА – ГЛАВНЫЕ ТРЕНДЫ ПРОФСОЮЗНОЙ РАБОТЫ**

Информационная работа в профсоюзных организациях находится на разном уровне. Практика показывает, что осведомленность членов профсоюзов о деятельности профсоюзных структур – от профкома до ФНПР – недостаточная.

В современных условиях для решения основных для профсоюзов задач сохранения и увеличения членства нужны не пропаганда и агитация в их чистом, лозунговом виде, а более тонкие формы подачи информации. Роль профсоюзных лидеров в данной ситуации сводится к выбору из всех профсоюзных событий именно тех, которые верно отражают позицию профсоюзов и способствуют росту их авторитета и влияния. Поэтому работа по мотивации профсоюзного членства сегодня ставится во главу угла профсоюзной работы, при этом **ИНФОРМИРОВАНИЕ О РАБОТЕ ПРОФСОЮЗОВ ЯВЛЯЕТСЯ ЛУЧШЕЙ МОТИВАЦИЕЙ:**

Именно рассказ о ежедневной работе профсоюзов по защите прав трудящихся с описанием конкретных случаев и указанием действующих лиц дает возможность задействовать так называемый «механизм соучастия» и вызвать у людей максимальный отклик, заинтересовать их в получении дополнительной информации. А заинтересованность – это психологический фактор, первый шаг в деле вовлечения человека в профсоюз. Недооценка связки «информация–мотивация» ведет к потере важного и высокоэффективного рычага воздействия на потенциальную аудиторию.

Вторая сторона рассматриваемой ситуации – в регулярной профсоюзной информации нуждаются не только потенциальные, но и сами члены профсоюзов. Любой информационный вакуум воспринимается рядовым членом профсоюза однозначно – значит, не о чем рассказывать. Поэтому необходимо обеспечить рядовым членам профсоюзов постоянный и беспрепятственный доступ к информации о текущей профсоюзной работе.

Для профессионального решения этой задачи приоритет в профсоюзном информационном потоке должен быть отдан полноценным носителям информации – газетам, журналам, интернет-сайтам, пресс-релизам, размещенным на информационных стендах. Эти формы информационной работы доступны каждой профсоюзной организации.



### **Профсоюзная информация должна быть:**

- 1. Объективной**—должна отражать правдиво уровень жизни, состояние условий труда, социально – трудовые процессы, освещать фактическое состояние дел, отмечать как положительные стороны, так и недостатки.
- 2. Убедительно** базироваться на фактах, построенных на основе анализа фактического материала.
- 3. Регулярной**, а не приурочиваться к каким - то датам, должна побудить человека к действиям, тогда она достигает цели. Информация должна быть интересной, содержательной, понятной и доступной.

Работа по мотивации профсоюзного членства сегодня ставится во главу угла профсоюзной работы, при этом **ИНФОРМИРОВАНИЕ О РАБОТЕ ПРОФСОЮЗА ЯВЛЯЕТСЯ ЛУЧШЕЙ МОТИВАЦИЕЙ**. И только тогда будет достигнута Цель > привлечение внимания > возникновение интереса > мотивирование соучастия > проявления желания.

