

Số: 38 /KH-LĐLĐ

TP. Hồ Chí Minh, ngày 25 tháng 5 năm 2021

## **KẾ HOẠCH**

### **Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023**

Căn cứ Chương trình số 01/Ctr-BCH ngày 26 tháng 8 năm 2020 của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023;

Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh xây dựng kế hoạch thực hiện công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023 như sau:

#### **I. MỤC ĐÍCH - YÊU CẦU:**

##### **1. Mục đích:**

- Thông qua báo chí, truyền thông góp phần nâng cao vị trí, vai trò của tổ chức Công đoàn Việt Nam; khẳng định vị thế và xây dựng hình ảnh của giai cấp công nhân và tổ chức Công đoàn Thành phố Hồ Chí Minh và phong trào CNVC-LĐ trong giai đoạn mới.

- Tuyên truyền cổ vũ phong trào thi đua yêu nước, đổi mới, sáng tạo của tổ chức Công đoàn vì sự phát triển bền vững của đất nước.

- Xây dựng các nguồn lực đầu tư cho công tác truyền thông, cơ sở vật chất hiện đại đáp ứng cuộc cách mạng khoa học công nghệ 4.0, tập hợp và tạo sự lan tỏa rộng đến đoàn viên, người lao động.

##### **2. Yêu cầu: “Mỗi cán bộ Công đoàn là một chiến sĩ truyền thông”.**

- Về nội dung: kịp thời, chính xác và rộng khắp.

- Về hình thức: đa dạng và có tính tương tác cao.

#### **II. CHỈ TIÊU:**

- Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh tổ chức chiến dịch truyền thông gắn với các đợt hoạt động lớn của tổ chức Công đoàn Việt Nam và Công đoàn Thành phố Hồ Chí Minh.

- Từng bước hoàn thiện, cập nhật phiên bản tiếng nước ngoài trên trang tin điện tử Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh. Nâng cao hiệu quả công tác tư vấn, kịp thời hỗ trợ, giải đáp thông tin, tương tác với đoàn viên Công đoàn, người lao động qua trang tin điện tử, trang Facebook của Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh.

- Công đoàn cấp trên cơ sở xây dựng tài liệu định hướng thông tin tuyên truyền cho Công đoàn cơ sở; tổ chức các hoạt động truyền thông trực tiếp cho đoàn viên, người lao động của đơn vị (có thể lồng ghép trong các hoạt động phong trào cơ sở hoặc các sự kiện của doanh nghiệp).

### **III. ĐỐI TƯỢNG VÀ KÊNH TRUYỀN THÔNG:**

#### **1. Đối tượng:**

Bao gồm các thành phần rộng khắp xã hội, trong đó tập trung: cán bộ Công đoàn, đoàn viên Công đoàn, công nhân, viên chức, người lao động; tích cực tuyên truyền, thông tin đến các cấp ủy Đảng, chính quyền, người sử dụng lao động, các tổ chức Công đoàn quốc tế kết nghĩa và báo chí.

#### **2. Kênh truyền thông:**

Chương trình tập trung vào các kênh truyền thông gồm:

- Các kênh truyền thông báo chí Trung ương, TP.HCM.
- Các kênh truyền thông trực tiếp (trang thông tin điện tử, sổ tay, hệ thống loa truyền thanh, bảng tin, báo cáo viên...)
- Các kênh truyền thông xã hội (Facebook, Zalo, Youtube...).

### **IV. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG:**

Bám sát Nghị quyết Đại hội XII Công đoàn Việt Nam, Nghị quyết Đại hội XI Công đoàn Thành phố Hồ Chí Minh, chương trình công tác hàng năm, công tác truyền thông Công đoàn cụ thể hóa nội dung, thực tiễn hoạt động cơ sở để làm nổi bật thông điệp “Đổi mới - Sáng tạo - Hiệu quả” trong hoạt động Công đoàn. Trong đó, tập trung vào một số nội dung cụ thể như sau:

#### **1. Nội dung chuyên sâu:**

- Những đóng góp của giai cấp công nhân và tổ chức Công đoàn Việt Nam đối với sự nghiệp xây dựng, bảo vệ, phát triển đất nước và hội nhập quốc tế; kết quả thực hiện các nhiệm vụ, chỉ tiêu thực hiện Nghị quyết Đại hội XI Công đoàn Thành phố Hồ Chí Minh.

- Vai trò, trách nhiệm của Công đoàn đại diện đoàn viên, người lao động tham gia góp ý các kế hoạch phát triển kinh tế - xã hội, triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng các cấp.

- Những chuyển biến tích cực về đời sống, việc làm, thu nhập, điều kiện làm việc của người lao động. Phản ánh chuẩn xác các vấn đề người lao động quan tâm; tình trạng vi phạm pháp luật của người sử dụng lao động.

- Tổ chức thông tin phản bác các quan điểm sai trái, thù địch liên quan đến tổ chức Công đoàn Việt Nam.

- Tổ chức thông tin đối ngoại, nhất là sản phẩm truyền thông về giai cấp công nhân và tổ chức Công đoàn Việt Nam; kết quả quan hệ quốc tế.

## **2. Truyền thông các hoạt động nổi bật của tổ chức Công đoàn:**

- Các hoạt động Tháng Công nhân, Tháng hành động về An toàn vệ sinh lao động, kỷ niệm ngày Quốc tế Lao động 01/5, các chương trình Lãnh đạo các cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp gặp gỡ, trao đổi với cán bộ Công đoàn, người lao động, chương trình “Đồng hành cùng doanh nghiệp”....

- Các hoạt động kỷ niệm Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam và trao giải thưởng Tôn Đức Thắng, giải thưởng 28/7, tôn vinh cán bộ Công đoàn, đoàn viên, người lao động và các hoạt động của Công đoàn kỷ niệm các sự kiện trọng đại của đất nước.

- Chương trình “Tết Sum vầy” và hoạt động chăm lo cho đoàn viên, người lao động của tổ chức Công đoàn.

3. Những việc làm mới, cách làm hay trên các lĩnh vực công tác Công đoàn; những mô hình hoạt động hiệu quả của các cấp Công đoàn; gương người tốt, việc tốt, điển hình trong hoạt động Công đoàn, đoàn viên, người lao động.

## **V. GIẢI PHÁP THỰC HIỆN**

1. Nâng cao nhận thức cho cán bộ Công đoàn, các cấp Công đoàn về công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam.

2. Phát huy hiệu quả công cụ truyền thông của Công đoàn Thành phố: Chương trình truyền hình “Công nhân - Công đoàn”, Chương trình “Tạp chí Người Lao động” trên Đài Tiếng nói Nhân dân Thành phố Hồ Chí Minh, Trang thông tin điện tử Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh và các cấp Công đoàn, Sổ tay Công đoàn...

Đẩy mạnh truyền thông trên mạng xã hội (Facebook, Youtube) và ứng dụng trên điện thoại di động (Viber, Zalo...):

3. Phát huy vai trò của đội ngũ chuyên gia, những người có uy tín, báo cáo viên cùng tham gia các hoạt động của tổ chức Công đoàn, thu hút sự chú ý của đoàn viên, người lao động và truyền thông:

Xây dựng những cán bộ Công đoàn, những người có uy tín, có ảnh hưởng trong công nhân, lao động trở thành những tấm gương thể hiện hình ảnh của tổ chức Công đoàn Việt Nam; đồng thời làm nòng cốt cho công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam. Đào tạo, bồi dưỡng, trang bị kiến thức, tạo cơ hội để đội ngũ này trực tiếp thực hiện các hoạt động truyền thông.

4. Quan tâm đầu tư trang thiết bị và xây dựng đội ngũ làm công tác truyền thông Công đoàn chuyên nghiệp, bản lĩnh, trí tuệ, tâm huyết, trách nhiệm

- Tổ chức đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ, năng lực truyền thông cho cán bộ Công đoàn.

- Bố trí nhân sự có đủ năng lực, trình độ về báo chí, truyền thông, tuyên truyền để triển khai thực hiện trong thời gian nhất định.

- Đầu tư tài chính, trang thiết bị, cơ sở vật chất và nâng cấp các kênh truyền thông hiện có, các trang mạng xã hội của Công đoàn để phục vụ công tác truyền thông.

## **VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh:**

#### ***1.1 Ban Tuyên giáo Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh:***

- Xây dựng Kế hoạch thực hiện có hiệu quả các nội dung truyền thông đã đề ra.

- Hướng dẫn Công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở và Công đoàn cơ sở triển khai các hoạt động truyền thông trọng điểm, thường xuyên.

- Phối hợp Ban Tổ chức tham mưu công tác đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ, năng lực truyền thông cho cán bộ Công đoàn các cấp.

#### ***1.2 Văn phòng Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh:***

- Đến năm 2023, kịp thời cập nhật phiên bản tiếng Anh về các nội dung giới thiệu cơ bản về Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh trên trang tin điện tử Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh.

- Tham mưu việc đầu tư trang thiết bị, phương tiện phục vụ cho công tác truyền thông trên trang tin điện tử Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh.

#### ***1.3 Các đơn vị sự nghiệp trực thuộc Liên đoàn lao động Thành phố Hồ Chí Minh:***

- Tăng cường phối hợp tổ chức các hoạt động truyền thông tại đơn vị.

- Riêng Trung tâm Tư vấn Pháp luật Công đoàn Thành phố: Phối hợp nâng cao hiệu quả công tác tư vấn, kịp thời hỗ trợ, giải đáp thông tin, tương tác với đoàn viên Công đoàn, người lao động qua trang tin điện tử, trang Facebook của Liên đoàn Lao động Thành phố Hồ Chí Minh.

### **2. Liên đoàn Lao động thành phố Thủ Đức, quận huyện, Công đoàn cấp trên trực tiếp và Công đoàn cấp trên cơ sở:**

- Phối hợp với các cấp ủy, chính quyền, đoàn thể tại địa phương, tổ chức các hoạt động truyền thông trực tiếp tại địa bàn có đông công nhân, lao động. Phối hợp với các cơ quan chuyên môn, các cơ quan báo chí Công đoàn, website, mạng xã hội của Công đoàn để tổ chức thông tin, định hướng công tác tuyên truyền...

- Công đoàn cấp trên cơ sở xây dựng tài liệu định hướng thông tin tuyên truyền cho Công đoàn cơ sở; tổ chức các hoạt động truyền thông trực tiếp cho đoàn viên, người lao động của đơn vị (có thể lồng ghép trong các hoạt động phong trào cơ sở hoặc các sự kiện của doanh nghiệp).

- Tuyên truyền vận động Công đoàn cơ sở có từ 1.000 đoàn viên, người lao động trở lên có trang facebook để cập nhật, phổ biến, giải đáp thông tin cho đoàn viên, người lao động tại doanh nghiệp.

- Căn cứ nội dung truyền thông, hàng năm xây dựng kế hoạch thực hiện đảm bảo công tác truyền thông, thông tin về hoạt động của các cấp Công đoàn.

Trên đây là Kế hoạch đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023. Đề nghị các cấp Công đoàn TP.HCM chủ động xây dựng kế hoạch và triển khai các hoạt động đạt hiệu quả, thiết thực. /.

**Nơi nhận:**

- TT.TLĐLĐVN;
- BTG, VP.TLĐLĐVN;
- Thường trực LĐLĐ TP.HCM;
- Các Ban chuyên đề;
- LĐLĐ tp.Thủ Đức, quận, huyện; Công đoàn Ngành, Sở, Khối, Tổng Công ty và cấp trên tương đương; CĐCS trực thuộc và các đơn vị trực thuộc -LĐLĐ TP.HCM;
- Văn phòng: C (PCVP, NCTH);
- Lưu: VT-TG.

**TM. BAN THƯỜNG VỤ**  
**PHÓ CHỦ TỊCH**



**Hồ Xuân Lâm**



**Tiêu chí đánh giá hiệu quả công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam**

<i>Nội dung</i>	<i>Tiêu chí đánh giá</i>
Theo dõi và thu thập thông tin từ báo chí và dư luận xã hội ( <i>phản hồi từ công chúng</i> )	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tần suất và số lượng thông tin thu thập mỗi ngày? Thu thập thông tin từ những nguồn nào (Báo chí hay mạng xã hội, hay từ nguồn nào khác)? Sự đa dạng, đáng tin cậy và tính chất nghiêm trọng/quan trọng của thông tin?</li> <li>- Khả năng cập nhật nhanh và đầy đủ các thông tin (tính theo tiến độ hoàn thành và chất lượng công việc); tổng hợp, phân loại, chọn lọc, phân tích thông tin và dự báo diễn biến của các vấn đề, nguy cơ của khủng hoảng, đề xuất phương án phản hồi - Số lượng báo cáo thông tin</li> </ul>
Xây dựng tài liệu định hướng thông tin tuyên truyền	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Tần suất và số lượng văn bản soạn thảo (công văn, văn bản, thông cáo, thông báo,...)</li> <li>- Sự ngắn gọn, chính xác, cập nhật, đầy đủ và súc tích của nội dung văn bản. Nội dung thông tin thu hút sự chú ý của báo chí và dư luận xã hội, thỏa mãn sự quan tâm của cán bộ, đoàn viên người lao động...</li> </ul>
Cung cấp thông tin, tuyên truyền qua kênh truyền thông	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Số lượng và các loại hình hoạt động truyền thông được thực hiện để cung cấp thông tin? Số lượng và nội dung tương tác, phản hồi?</li> <li>- Số lượng người/khách mời/phóng viên đến tham dự hoạt động truyền thông/sự kiện đó. Số lượng câu hỏi quan tâm. Các câu hỏi có đi đúng trọng tâm mục tiêu, mục đích sự kiện đề ra không? Vai trò của Người phát ngôn</li> <li>- Chủ động liên hệ báo chí để cung cấp thông tin hay bị động phản hồi (Hoạt động truyền thông có tính phản ứng (bị động) hay có tính đón đầu (chủ động))...</li> </ul>
Báo chí tiếp nhận thông tin và phản ánh tới công chúng	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Đánh giá của phóng viên về thông tin được bộ phận truyền thông cung cấp.</li> <li>- Số lượng tin bài viết về tổ chức công đoàn và hoạt động liên quan đến tổ chức công đoàn</li> <li>- Các vấn đề nêu ra là gì? Có phản ánh đúng nội dung thông điệp mà tổ chức phát đi không? Phản ánh tích cực hay tiêu cực?</li> <li>- Thông tin báo chí đưa ra có giúp giải thích và giải quyết các vấn đề của tổ chức không? Có tác động như thế nào tới dư luận xã hội?</li> <li>- Mức độ tương tác</li> </ul>

Tác động của công tác truyền thông đến đoàn viên, người lao động	<ul style="list-style-type: none"><li>- Tác động nhận thức, thái độ và hành vi của đoàn viên, người lao động (Tin tưởng, ủng hộ và thực hiện)</li><li>- Tác động đến mối quan hệ giữa tổ chức công đoàn và đoàn viên, người lao động (Niềm tin và sự hợp tác)</li></ul>
--	---

-----