

Số: 17 /CTr-LĐLĐ

Lạng Sơn, ngày 23 tháng 12 năm 2020

CHƯƠNG TRÌNH
Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn đến năm 2023

Thực hiện Chương trình số 01/CTr-BCH, ngày 26/8/2020 của Ban Chấp hành Tổng Liên đoàn Lao động (LĐLĐ) Việt Nam về đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023.

Để nâng cao hiệu quả công tác truyền thông, góp phần thực hiện thắng lợi Nghị quyết Đại hội Công đoàn tỉnh Lạng Sơn lần thứ XVI, Nghị quyết Đại hội XII Công đoàn Việt Nam. LĐLĐ tỉnh Lạng Sơn xây dựng Chương trình đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn đến năm 2023. Cụ thể như sau:

I. MỤC TIÊU VÀ CHỈ TIÊU

1. Mục tiêu

- Nâng cao nhận thức của cán bộ công đoàn, các cấp công đoàn về công tác truyền thông Công đoàn; xây dựng và bảo vệ hình ảnh Công đoàn Việt Nam là “tổ chức của người lao động, do người lao động và vì người lao động”; thúc đẩy sự ủng hộ của cả hệ thống chính trị, người sử dụng lao động đối với Công đoàn Việt Nam và hoạt động của các cấp công đoàn.

- Quảng bá hoạt động của tổ chức Công đoàn, hoạt động thiết thực của các cấp công đoàn, các hành động sâu sắc, hiệu quả của cán bộ công đoàn vì đoàn viên, người lao động.

- Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn tập trung vào việc sử dụng công nghệ và kỹ thuật truyền thông hiện đại gắn với tổ chức nghiên cứu xây dựng hoạt động trọng tâm, trọng điểm của các cấp công đoàn trong truyền thông.

- Tập trung các nguồn lực đầu tư cho công tác truyền thông Công đoàn, ưu tiên các hoạt động tạo lan tỏa rộng đến đoàn viên, người lao động.

2. Chỉ tiêu

- LĐLĐ tỉnh thiết lập ít nhất 02 nhóm truyền thông, các LĐLĐ huyện, thành phố, công đoàn ngành, công đoàn cơ sở trực thuộc thiết lập ít nhất 01 nhóm truyền thông của cán bộ công đoàn trên mạng xã hội để phổ biến, tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin.

- Từ năm 2021, trang Facebook của LĐLĐ tỉnh đăng tải ít nhất 04 thông tin/ngày, LĐLĐ huyện, thành phố, công đoàn ngành đăng tải ít nhất 02 thông tin/ngày về chính sách, pháp luật, hoạt động của các cấp công đoàn. Từ năm 2022 đến năm 2023, tăng gấp đôi số thông tin được cập nhật, giải đáp trên các trang Facebook công đoàn.

- Hằng năm LĐLĐ tỉnh tổ chức ít nhất 02 chiến dịch truyền thông về các hoạt động lớn của tổ chức công đoàn; công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở có ít nhất 01 lần định hướng thông tin tuyên truyền cho công đoàn cơ sở; công đoàn cơ sở tổ chức ít nhất 02 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 của công đoàn cơ sở hoặc các sự kiện của cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp).

- Hằng tháng, mỗi LĐLĐ huyện, thành phố, công đoàn ngành gửi từ 01 đến 02 tin, bài phản ánh phong trào công nhân, viên chức, lao động và hoạt động công đoàn từ cơ sở về Trang thông tin điện tử của LĐLĐ tỉnh. Đây là tiêu chí để đánh giá, xếp loại công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở.

3. Kết quả cần đạt được

- Công đoàn Việt Nam được số đông đoàn viên, người lao động biết đến là tổ chức của người lao động, do người lao động và vì người lao động.

- Mọi hoạt động của các cấp công đoàn được truyền thông kịp thời, thông suốt, được cán bộ, đoàn viên, người lao động hiểu rõ và đánh giá đúng.

- Năng lực hệ thống truyền thông công đoàn được tăng cường, đáp ứng được nhu cầu của hoạt động truyền thông.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ KÊNH TRUYỀN THÔNG

1. Đối tượng

Đối tượng của chương trình đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn đến năm 2023 gồm: Cán bộ công đoàn, đoàn viên, người lao động; các cấp ủy Đảng, chính quyền, người sử dụng lao động; cộng đồng xã hội và báo chí.

2. Kênh truyền thông

Chương trình tập trung vào 4 kênh truyền thông gồm:

2.1. Kênh truyền thông trên Báo Lạng Sơn, Đài Phát thanh - Truyền hình Lạng Sơn, Trang Thông tin điện tử của LĐLĐ tỉnh.

2.2. Các kênh truyền thông trực tiếp (hệ thống loa truyền thanh, bảng tin, biển báo ngoài trời...; những người có uy tín trong tổ chức công đoàn, trong đoàn viên, người lao động tại cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, trong cộng đồng dân cư).

2.3. Các sự kiện truyền thông (Tết Sum vầy, Tháng Công nhân, Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam 28/7, Ngày thành lập Công đoàn Lạng Sơn 03/9,...)

2.4. Các kênh truyền thông xã hội (Facebook, Zalo, Youtube,...).

III. NGUYÊN TẮC TRUYỀN THÔNG

1. Thống nhất nội dung, thông điệp; đồng bộ kênh truyền thông từ LĐLĐ tỉnh đến Công đoàn cơ sở.

2. Cụ thể hóa nhiệm vụ truyền thông từ bước tham mưu đến triển khai kế hoạch tổ chức hoạt động trọng tâm trên các lĩnh vực công tác công đoàn.

3. Bám sát thực tiễn, phổ biến nhanh nhạy, kịp thời, chính xác những thông tin tích cực; phản ánh khách quan, trung thực, người thật, việc thật trong tổ chức Công đoàn để đẩy lùi thông tin tiêu cực.

4. Chủ động đấu tranh bảo vệ có hiệu quả quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của đoàn viên, người lao động trên các phương tiện thông tin đại chúng.

IV. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

LĐLĐ tỉnh xác định công tác truyền thông Công đoàn cần cụ thể hóa nội dung, phản ánh thực tiễn 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

1.1. Vị thế của công nhân, công đoàn trong lịch sử, trong giai đoạn hiện nay và tương lai của quốc gia - dân tộc; 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 XVI Công đoàn tỉnh, Đại hội XII Công đoàn Việt Nam.

1.2. Vai trò, trách nhiệm của công đoàn đại diện đoàn viên, người lao động tham gia xây dựng Văn kiện và triển khai thực hiện Nghị quyết Đại hội Đảng các cấp và Đại hội XIII của Đảng vào thực tiễn phong trào công nhân và hoạt động Công đoàn; tham gia triển khai thực hiện Bộ luật Lao động 2019, tham gia xây dựng Luật sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Công đoàn năm 2012 và các chính sách, pháp luật khác liên quan đến người lao động và Công đoàn Việt Nam; tham gia đàm phán, thương lượng về tiền lương, các chế độ, chính sách với người lao động và ký kết thỏa ước lao động tập thể; tham gia giải quyết ngừng việc tập thể,...

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

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

2. Nội dung phổ biến, cập nhật thường xuyên

- Chủ trương, chính sách của Đảng, Nhà nước, của doanh nghiệp liên quan trực tiếp đến quyền, lợi ích, trách nhiệm, nghĩa vụ của người lao động.

- Chương trình phúc lợi của tổ chức công đoàn dành cho đoàn viên, người lao động; các hoạt động trợ giúp đoàn viên, người lao động có hoàn cảnh khó khăn.

- Công tác tuyên truyền, phát triển đoàn viên, thành lập công đoàn cơ sở và hoạt động đổi mới của tổ chức công đoàn.

- Các hoạt động đấu tranh bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp của đoàn viên, người lao động.

3. Truyền thông các hoạt động nổi bật của tổ chức công đoàn

- Tháng Công nhân - Tháng hành động về An toàn vệ sinh lao động, kỷ niệm ngày Quốc tế Lao động 1/5, 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.

- Các hoạt động kỷ niệm Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam và trao các giải thưởng, 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, của tỉnh.

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

- 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. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

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

- Đổi mới tư duy và cách thức thực hiện công tác truyền thông, từ truyền thống sang hiện đại là chủ yếu; truyền thông công đoàn là trách nhiệm của mỗi cán bộ công đoàn, mỗi cấp công đoàn.

- Thống nhất về nhận thức, quan điểm công tác truyền thông công đoàn để hoàn thiện cách thức, thời điểm và nội dung thông tin, nhất là đối với những vấn đề phức tạp, nhạy cảm nhằm nâng cao hiệu quả của thông tin, góp phần định hướng dư luận xã hội.

- Nâng cao nhận thức, trách nhiệm của cán bộ công đoàn, các cấp công đoàn về ý nghĩa, vai trò của công tác truyền thông - là kênh thông tin chính thống của tổ chức công đoàn; là cầu nối trực tiếp giữa Đảng, Nhà nước, Công đoàn với đoàn viên, người lao động, Tổng Liên đoàn với các Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố, Công đoàn ngành Trung ương và tương đương, với Công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở và công đoàn cơ sở.

2. Nâng cao chất lượng hoạt động của Trang Thông tin điện tử của LĐLĐ tỉnh

- Chú trọng hoàn thiện hạ tầng Trang Thông tin điện tử của LĐLĐ tỉnh, giao diện và cập nhật đầy đủ nội dung; kỹ thuật biên tập tin bài; năng lực quản trị Trang Thông tin điện tử của LĐLĐ tỉnh. Liên kết với các cơ quan báo chí để khai thác, đăng lại các bài viết có giá trị về phong trào CNVCLĐ, về tổ chức và hoạt động công đoàn.

- Bố trí kinh phí đảm bảo cho Trang Thông tin điện tử LĐLĐ tỉnh hoạt động, xây dựng, sửa đổi, bổ sung vào quy chế chi tiêu nội bộ của cơ quan, phục vụ chi trả kinh phí hoạt động của Trang Thông tin điện tử theo Công văn số 1363/TLĐ, ngày 20/8/2019 của Tổng LĐLĐ Việt Nam về kinh phí hoạt động Trang Thông tin điện tử của LĐLĐ tỉnh, thành phố; Công đoàn ngành Trung

ương và tương đương.

- Cán bộ công đoàn các cấp thường xuyên truy cập website, tích cực cung cấp tin tức, bài viết, hình ảnh liên quan đến lĩnh vực hoạt động cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp mình, trong đó tập trung vào các bài viết chuyên sâu đánh giá, nghiên cứu, tổng kết bài học kinh nghiệm, cảm nang trên các lĩnh vực hoạt động công đoàn và nội dung chỉ đạo, điều hành của Ban Thường vụ, Ban Chấp hành công đoàn các cấp.

3. Đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông trên báo chí, Đài Phát thanh - Truyền hình

- Thực hiện đúng quy định tại Luật Tiếp cận thông tin số 104/2016/QH13 ngày 06/4/2016 của Quốc hội khóa 13; Nghị định 09/2017/NĐ-CP ngày 09/02/2017 của Chính phủ quy định chi tiết việc phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí của các cơ quan hành chính nhà nước; Quyết định số 1669/TLĐ ngày 7/11/2019 của Đoàn Chủ tịch Tổng LĐLĐ Việt Nam về Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí.

- Sửa đổi, bổ sung quy chế phối hợp giữa LĐLĐ tỉnh với Báo Lạng Sơn, Đài Phát thanh - Truyền hình Lạng Sơn. Tiếp tục duy trì và nâng cao chất lượng chuyên mục “Lao động - Công đoàn” trên Báo Lạng Sơn và Đài Phát thanh - Truyền hình Lạng Sơn.

4. Phát triển kênh truyền thông trực tiếp có tác động nhanh, sức lan tỏa rộng để đưa thông tin đến đoàn viên, người lao động

4.1. Truyền thông theo nhóm

Công đoàn cơ sở lựa chọn nội dung phù hợp, đề xuất với người sử dụng lao động tạo điều kiện về địa điểm, thời gian... để tổ chức truyền thông đến đoàn viên, người lao động theo nhóm (nhóm nhỏ dưới 30 người, nhóm vừa dưới 50 người; nhóm lớn từ 100 - 200 người).

4.2. Truyền thông qua hệ thống thông tin cơ sở tại nơi làm việc

Công đoàn cơ sở đề xuất với thủ trưởng cơ quan, đơn vị, người sử dụng lao động đầu tư trang bị các phương tiện thông tin phù hợp tại nơi làm việc phục vụ công tác truyền thông nội bộ.

4.3. Phát huy vai trò của 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 đoàn viên, người lao động trở thành những tấm gương thể hiện hình ảnh của tổ chức Công đoàn; đồng thời làm nòng cốt cho công tác truyền thông Công đoàn. Đào tạo, bồi dưỡng, trang bị kiến thức, tạo cơ hội để đội ngũ này trực tiếp thực hiện các hoạt động truyền thông.

- Báo cáo viên công đoàn tích cực, chủ động và có trách nhiệm trong sử dụng các phương tiện truyền thông xã hội để tuyên truyền, phổ biến thông tin

chính thống đến với đoàn viên, người lao động.

5. Tổ chức các sự kiện truyền thông

Các cấp công đoàn tăng cường phổ biến thông tin, nâng cao hình ảnh của công đoàn khi tổ chức các sự kiện chính trị, ngày kỷ niệm trọng đại của đất nước, của Đảng; của tỉnh, các hoạt động lớn trên các lĩnh vực công tác công đoàn...

6. Đẩy mạnh truyền thông trên nền tảng mạng xã hội phổ biến và ứng dụng trên điện thoại di động

6.1. Tổ chức thông tin trên các trang mạng xã hội của công đoàn

a) Nội dung thông tin

Phổ biến, giải đáp chính sách pháp luật; giới thiệu các chương trình phúc lợi, hoạt động thiết thực của công đoàn cho đoàn viên, người lao động; quảng bá hình ảnh công đoàn; phản bác các thông tin sai lệch, xuyên tạc về chủ trương, đường lối của Đảng, Nhà nước và của tổ chức Công đoàn; định hướng thông tin cho đoàn viên, người lao động và dư luận xã hội trong các cuộc đình công, ngừng việc tập thể,...

Hạn chế các thông tin mang tính hành chính; các hoạt động giao lưu văn hóa, văn nghệ, thể thao của cán bộ công đoàn; thực hiện đúng quy định về đăng tải các văn bản của tổ chức công đoàn trên mạng xã hội.

b) Hình thức thể hiện

- Xây dựng các sản phẩm truyền thông phù hợp với internet và mạng xã hội, như: thiết kế đồ họa thông tin, dữ liệu bằng hình ảnh trực quan, video ngắn, bài viết ngắn kèm hình ảnh...; đồng thời chia sẻ vào các nhóm facebook.

- Tổ chức thăm dò ý kiến trên mạng xã hội; trao đổi, trả lời nội dung tương tác của đoàn viên, người lao động trên mỗi bài viết và trên mục tin nhắn của các trang mạng xã hội (Facebook, Zalo,...) của Công đoàn. Thời gian trả lời trong vòng 24 giờ kể từ khi nhận được tin nhắn.

- Tổ chức thi ảnh, thi viết, thi sáng tạo các video clip,...trên mạng xã hội để thu hút sự tham gia của số đông cán bộ, đoàn viên, người lao động và quảng bá hình ảnh của tổ chức Công đoàn.

c) Tần suất và thời gian cập nhật thông tin:

Lựa chọn tần suất và khung giờ phù hợp với đoàn viên, người lao động, nhất là công nhân lao động trực tiếp sản xuất để cập nhật thông tin.

6.2. Tăng cường gắn kết với đoàn viên, người lao động

- Căn cứ nhu cầu sử dụng, các cấp công đoàn tạo một số nhóm kín trên Facebook, Zalo để thông tin và trao đổi công việc trong trường hợp cần thiết có sự tham gia của cán bộ công đoàn nhiều cấp theo từng công việc.

- Cán bộ công đoàn, nhất là Chủ tịch (Phó Chủ tịch) công đoàn cơ sở có tài khoản mạng xã hội (Facebook, Zalo,...) theo dõi hoạt động của các trang,

nhóm mạng xã hội của đoàn viên, người lao động tại đơn vị, địa bàn để nắm bắt nội dung trao đổi, phản ánh và giải thích, phản bác thông tin sai lệch, xuyên tạc.

6.3. Nắm bắt thông tin về đoàn viên, người lao động và tổ chức công đoàn qua các kênh truyền thông

Cán bộ công đoàn thường xuyên theo dõi các nhóm, các tài khoản mạng xã hội của đoàn viên, người lao động để nắm bắt thông tin và kịp thời định hướng công tác truyền thông phù hợp với tình hình thực tế.

6.4. Hình thành bộ phận tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin.

a) Cơ cấu bộ phận tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin

LĐLĐ tỉnh thành lập bộ phận tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin bao gồm: Lãnh đạo phụ trách công tác Tuyên giáo; Trưởng các ban chuyên đề; chuyên viên Ban Tuyên giáo - Nữ công phụ trách Trang Thông tin điện tử, Trang Facebook Công đoàn Lạng Sơn.

Các LĐLĐ huyện, thành phố, công đoàn ngành, Công đoàn cơ sở trực thuộc căn cứ tình hình thực tế để thành lập bộ phận tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin phù hợp, bảo đảm đáp ứng được yêu cầu của công tác truyền thông.

b) Quy trình tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin

Cán bộ công đoàn, đoàn viên, người lao động có nhu cầu thông tin gửi các ý kiến cần trao đổi, làm rõ qua các trang mạng xã hội (Facebook, Zalo...), qua Trang Thông tin điện tử; Bộ phận thường trực Trang Thông tin điện tử và mạng xã hội trả lời trên cơ sở thông tin cơ bản lấy từ: Tài liệu do các ban chuyên đề cung cấp; văn bản pháp lý; tài liệu gửi báo chí,... Trường hợp thông tin có tính chuyên môn cao, bộ phận thường trực Trang Thông tin điện tử và mạng xã hội tham mưu, đề xuất với lãnh đạo LĐLĐ tỉnh chỉ đạo các ban chuyên đề nghiên cứu nội dung trả lời.

7. Xây dựng các sản phẩm văn hóa - truyền thông phục vụ đông đảo đoàn viên, người lao động

Các sản phẩm văn hóa - truyền thông có nội dung và các thông điệp phù hợp với mục tiêu và nhóm đối tượng đã xác định, được các cấp công đoàn xây dựng hoặc thông qua hợp tác với báo chí và các đơn vị truyền thông chuyên nghiệp để đảm bảo chất lượng, đặc biệt là nhanh chóng đưa các hoạt động văn hóa tinh thần đến đông đảo người lao động. Cụ thể như sau:

- Tiếp tục hoàn thiện và đưa vào sử dụng bộ nhận diện Công đoàn Việt Nam (logo Công đoàn Việt Nam, bài hát “Hãy hát lên bài ca Công đoàn”,...) trong các sự kiện của công đoàn, các cuộc tiếp xúc với công nhân, lao động và các cuộc làm việc với các cơ quan chức năng.

- Xây dựng các sản phẩm truyền thông (tài liệu, thông điệp truyền thông, hướng dẫn nghiệp vụ, các tác phẩm mỹ thuật, tranh, ảnh về phong trào công nhân và hoạt động công đoàn) bằng nhiều hình thức (ảnh, video, thiết kế đồ họa,...) phục vụ công tác truyền thông trong hệ thống công đoàn.

8. Quan tâm công tác dự báo và xử lý những rủi ro từ truyền thông

8.1. Nắm bắt và dự báo những rủi ro từ truyền thông

Các cấp công đoàn kịp thời nắm bắt và dự báo những rủi ro từ truyền thông có thể bắt nguồn từ một sự kiện hoặc sự việc chưa tốt xảy ra trong thực tế hoạt động công đoàn; hay trong quá trình thực hiện truyền thông như: công bố thông tin không có sự kiểm soát và chưa được phép; thông tin thiếu sự minh bạch và không nhất quán, xảy ra các phản ứng nghiêm trọng; bị lợi dụng tung tin sai lệch, xuyên tạc...

8.2. Xử lý những rủi ro từ truyền thông một cách khoa học

Căn cứ nguyên nhân, mức độ, phạm vi ảnh hưởng của những rủi ro từ truyền thông để đưa ra các giải pháp xử lý phù hợp, đảm bảo truyền thông xuyên suốt trong nội bộ và với báo chí, đồng thời sử dụng các kênh truyền thông mạng xã hội để tăng lượng tin tích cực.

9. 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 trang thiết bị và nâng cấp các kênh truyền thông hiện có (Website của LĐLĐ tỉnh, 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 tỉnh

- Xây dựng Chương trình truyền thông công đoàn đến năm 2023. Giao Ban Tuyên giáo - Nữ công chủ trì, hướng dẫn, đôn đốc, kiểm tra các cấp công đoàn thực hiện Chương trình này đạt hiệu quả thiết thực.

- Nâng cao hiệu quả các chương trình phối hợp tuyên truyền đã ký để xây dựng các tin, bài, phóng sự chuyên sâu, giới thiệu các mô hình mới, cách làm hay, sáng tạo về hoạt động công đoàn và phong trào công nhân, viên chức, lao động trên chuyên mục Lao động - Công đoàn của Đài Phát Thanh - Truyền hình tỉnh, Báo Lạng Sơn, Báo Lao động, Tạp chí Lao động và Công đoàn,...

- Đẩy mạnh hoạt động tương tác, kết nối với đoàn viên, người lao động trên mạng xã hội để đoàn viên biết đến vai trò của tổ chức công đoàn; chủ động phản bác các thông tin sai trái, thù địch liên quan đến tổ chức Công đoàn Việt Nam.

- Chủ động liên hệ với các cơ quan báo chí Trung ương thường trú tại địa phương đến dự, đưa tin về các sự kiện của tổ chức công đoàn. Đề xuất nội dung, giới thiệu mô hình hoạt động công đoàn tiêu biểu, những hoàn cảnh khó khăn

được công đoàn trao tặng kinh phí hỗ trợ sửa chữa, xây mới nhà “Mái ấm công đoàn” tại địa phương, ngành, cơ sở để phục công tác truyền thông.

- Tăng cường công tác kiểm tra, giám sát công tác truyền thông tại các LĐLĐ huyện, thành phố, công đoàn ngành, công đoàn cơ sở trực thuộc. Báo cáo, đánh giá kết quả thực hiện công tác truyền thông theo quy định.

- Tiếp nhận, thẩm định thông tin của các cấp công đoàn trước khi đưa lên các kênh truyền thông.

2. Các Liên đoàn Lao động huyện, thành phố, công đoàn ngành, công đoàn cơ sở trực thuộc

- Căn cứ Chương trình của LĐLĐ tỉnh, cụ thể hóa nội dung hoạt động truyền thông của cấp mình cho phù hợp. Chủ động phối hợp với cơ quan truyền thông của Trung ương, tỉnh, địa phương để thực hiện công tác truyền thông.

- Khuyến khích, vận động cán bộ công đoàn các cấp sử dụng các phương tiện thông tin và mạng xã hội (điện thoại, Facebook, Zalo, Youtube...) để chia sẻ thông tin, hình ảnh, các sản phẩm truyền thông về phong trào công nhân, viên chức, lao động và hoạt động công đoàn tại cơ sở.

- Tăng cường viết tin, bài phản ánh hoạt động công đoàn và phong trào công nhân, viên chức, lao động trên Trang Thông tin điện tử LĐLĐ tỉnh và các báo, tạp chí trung ương, địa phương.

- Chủ động nắm bắt tâm tư, nguyện vọng, nhu cầu, xu hướng thông tin của đoàn viên, người lao động để kịp thời đề xuất với công đoàn cấp trên các giải pháp cao chất lượng truyền thông công đoàn.

- Tiếp nhận, thẩm định thông tin của công đoàn cơ sở, cán bộ, đoàn viên công đoàn trước khi đưa lên các kênh truyền thông.

- Báo cáo kết quả định kỳ 6 tháng, năm về LĐLĐ tỉnh theo 05 tiêu chí (Có phụ lục gửi kèm) qua Ban Tuyên giáo - Nữ công để tổng hợp báo cáo Tổng LĐLĐ Việt Nam theo quy định.

Trên đây là Chương trình đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn đến năm 2023. LĐLĐ tỉnh đề nghị các LĐLĐ huyện, thành phố, công đoàn ngành, công đoàn cơ sở trực thuộc nghiêm túc triển khai thực hiện. Trong quá trình tổ chức thực hiện, nếu có khó khăn, vướng mắc kịp thời báo cáo về LĐLĐ tỉnh (qua Ban Tuyên Giáo - Nữ công) để tổng hợp giải quyết./.

Nơi nhận:

- Tổng LĐLĐ Việt Nam (để B/c);
- UV BCH LĐLĐ tỉnh;
- Các LĐLĐ huyện, TP, CDN,
- CĐCS trực thuộc (Th/h);
- Lưu: VT, Ban TG-NC.

**TM. BAN THƯỜNG VỤ
CHỦ TỊCH**



Lý Đức Thanh

PHỤ LỤC

Tiêu chí đánh giá hiệu quả công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam
(Gửi kèm Chương trình số 17/CTr-LĐLĐ, ngày 23/12/2020 của LĐLĐ tỉnh Lạng Sơn)

STT	Tiêu chí đánh giá	Nội dung tiêu chí	Kết quả
1	Theo dõi và thu thập thông tin từ báo chí và dư luận xã hội (phản hồi từ công chúng)	- Tần suất và số lượng thông tin thu thập mỗi ngày? Thu thập 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? - 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	
2	Xây dựng tài liệu định hướng thông tin tuyên truyền	- Tần suất và số lượng văn bản soạn thảo (công văn, văn bản, thông cáo, thông báo,...). - 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...	
3	Cung cấp thông tin, tuyên truyền qua kênh truyền thông	- 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? - 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. - 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).	
4	Báo chí tiếp nhận thông tin và phản ánh tới công chúng	- Đánh giá của phóng viên về thông tin được bộ phận truyền thông cung cấp. - Số lượng tin bài viết về tổ chức công đoàn và hoạt động liên quan đến tổ chức công đoàn. - Các vấn đề nêu ra là gì? Có phản ánh đúng nội dung	

STT	Tiêu chí đánh giá	Nội dung tiêu chí	Kết quả
		thông điệp mà tổ chức phát đi không? Phản ánh tích cực hay tiêu cực? - 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? - Mức độ tương tác	
5	Tác động của công tác truyền thông đến đoàn viên, người lao động	- Tác động nhận thức, thái độ và hành vi của đoàn viên, người lao động (Tin tưởng, ủng hộ và thực hiện). - Tác động đến mối quan hệ giữa tổ chức công đoàn và đoàn viên, người lao động (Niềm tin và sự hợp tác).	