

Số: 370 /CTr - CĐTKV

Hà Nội, ngày 19 tháng 11 năm 2020

CHƯƠNG TRÌNH
Đẩy mạnh công tác truyền thông
Công đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam đến năm 2023

Thực hiện Chương trình số 01/CTr-BCH ngày 26 tháng 8 năm 2020 của Ban Chấp hành Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về: “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023”. Công đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam ban hành Chương trình “*Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam 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 và các cấp công đoàn về công tác truyền thông Công đoàn; xây dựng và bảo vệ hình ảnh Công đoàn Việt Nam, Công đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam (CĐTKV) và các cấp công đoàn là “*tổ chức của người lao động, do người lao động và vì người lao động*” được đoàn viên, người lao động Ngành Than - Khoáng sản tin tưởng 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 tổ chức công đoàn và hoạt động của các cấp công đoàn.

- Quảng bá hoạt động thiết thực, sâu sắc, hiệu quả của cán bộ công đoàn vì đoàn viên, người lao động tại các cấp Công đoàn trong toàn Ngành Than – Khoáng sản Việt Nam.

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

- Tập trung các nguồn lực đầu tư cho công tác TTCD, ưu tiên các hoạt động tạo lan tỏa rộng đến đoàn viên, người lao động. Năng lực truyền thông của Công đoàn TKV và các Công đoàn trực thuộc được tăng cường, đáp ứng nhu cầu của hoạt động truyền thông trước những yêu cầu mới.

2. Chỉ tiêu

- Từ 2020, CĐTKV duy trì hoạt động thường xuyên 01 Trang thông tin điện tử, truyền thông trên mạng xã hội Facebook, Zalo. Hàng năm, tổ chức ít nhất 02 chiến dịch truyền thông về các hoạt động lớn của Công đoàn Việt Nam và Công đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam.

- Đến năm 2021: 100% các Công đoàn trực thuộc Công đoàn TKV thành lập và hoạt động hiệu quả trên ít nhất một trang truyền thông trên mạng xã hội (fanpage, zalo).

- Từ năm 2021, tất cả các trang facebook (fanpage) của Công đoàn trực thuộc CĐTKV đăng tải ít nhất 01 thông tin/tuần về chính sách, pháp luật, hoạt động công đoàn. Tổ chức hỗ trợ, giải đáp thông tin do đoàn viên, người lao động yêu cầu gửi về trang TTCD của đơn vị.

- Từ năm 2022 đến năm 2023, tăng gấp đôi số thông tin được cập nhật, giải đáp trên trang facebook công đoàn các đơn vị.

- Khuyến khích 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.

II. ĐỐI TƯỢNG VÀ KÊNH TRUYỀN THÔNG

1. Đối tượng

Đối tượng của Chương trình đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Than - Khoáng sản Việt Nam đến năm 2023, gồm: Cán bộ, đoàn viên công đoàn, người lao động; các cấp ủy Đảng, người sử dụng lao động và cộng đồng xã hội và cơ quan thông tấn, báo chí.

2. Kênh truyền thông

Chương trình tập trung vào 4 kênh truyền thông gồm:

2.1. Các kênh truyền thông báo chí trong và ngoài hệ thống Công đoàn TKV (*tin, bài, phóng sự, ảnh trên báo, tạp chí; các chương trình phát thanh, truyền hình*).

2.2. Các kênh truyền thông trực tiếp (*E-mail nội bộ, hệ thống loa truyền thanh tại khu tập thể công nhân, nhà ăn, bảng tin, cộng tác viên CĐTKV, trong đoàn viên công đoàn, người lao động tại doanh nghiệp*).

2.3. Các sự kiện: Tết Thợ mỏ, Tháng Công nhân, Tháng hành động vì ATVSLĐ, kỷ niệm ngày Quốc tế Lao động 1/5, Ngày 8/3, 20/10, Ngày gia đình (28/6), Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam (28/7), Ngày Truyền thống (12/11), các ngày lễ lớn của đất nước, của doanh nghiệp...

2.4. Các kênh truyền thông xã hội (*facebook, zalo, viber, youtube,...*).

III. NGUYÊN TẮC TRUYỀN THÔNG

- Thống nhất nội dung, thông điệp; đồng bộ kênh truyền thông từ Công đoàn TKV đến Công đoàn cơ sở.

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

- Bám sát thực tiễn, phổ biến nhanh nhạy, kịp thời, chính xác những thông tin tích cực; tăng cường phản ánh khách quan, trung thực các câu chuyện người thật, việc thật, gương người tốt trong các cấp CD để đẩy lùi thông tin tiêu cực.

- Chủ động đấu tranh, bảo vệ có hiệu quả quyền, lợi ích của người lao động trên các phương tiện thông tin đại chúng của công đoàn.

IV. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Bám sát Nghị quyết Đại hội V Công đoàn TKV, Chương trình truyền thông Tập đoàn CN Than – Khoáng sản Việt Nam; nghị quyết Đại hội Công đoàn các cấp, chương trình công tác năm để cụ thể hóa nội dung, gắn với thực tiễn cơ sở để làm nổi bật thông điệp “**Đổi mới – Thiết thực - Hiệu quả**”. Trong đó, đẩy mạnh truyền thông một số nội dung như sau:

1. Nội dung chuyên sâu

1.1. Tầm quan trọng của TKV 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 V Công đoàn TKV, nghị quyết Đại hội Công đoàn các cấp.

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 vào thực tiễn phong trào công nhân và hoạt động Công đoàn; 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.

1.3. Những chuyển biến tích cực về đời sống, việc làm, thu nhập, điều kiện làm việc của người lao động. Nhân rộng mô hình, cách làm hay của công đoàn đồng hành cùng doanh nghiệp tháo gỡ khó khăn, ổn định đời sống việc làm thu nhập của người lao động TKV.

1.4. Thông tin phản bác các quan điểm sai trái, liên quan Công đoàn Việt Nam, Công đoàn TKV và các cấp Công đoàn toàn Ngành.

2. Nội dung phổ biến, cập nhật thường xuyên

- Chủ trương, chính sách của Đảng, pháp luật của Nhà nước, các quy định, quy chế, nội quy của doanh nghiệp, TULĐTT, văn hóa doanh nghiệp liên quan trực tiếp đến quyền, lợi ích, trách nhiệm, nghĩa vụ của người lao động.

- Chương trình an sinh xã hội, chương trình phúc lợi của tổ chức công đoàn dành cho đoàn viên, người lao động.

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

- Truyền thông các sự kiện/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 cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp gặp gỡ, trao đổi với cán bộ công đoàn, công nhân lao động.

- Các hoạt động kỷ niệm Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam, tuyên dương khen thưởng các danh hiệu của tổ chức công đoàn và các danh hiệu khác; các hoạt động của công đoàn kỷ niệm Ngày lễ lớn của đất nước, của Ngành, đơn vị.

- Chương trình Tết thọt mỏ và hoạt động chăm lo Tết cho đoàn viên, người lao động TKV.

- Tuyên truyền những mô hình hoạt động hiệu quả của các cấp công đoàn; gương người tốt, việc tốt, điển hình trong hoạt động công đoàn, CNLĐ và các hoạt động khác.

V. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

Các cấp công đoàn xác định nhiệm vụ, giải pháp phù hợp với đối tượng truyền thông để huy động, tập trung nguồn lực thực hiện. Công đoàn TKV quan tâm sử dụng đồng bộ các nhiệm vụ, giải pháp.

Tại công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở và công đoàn cơ sở, tận dụng các kênh đơn giản, trực quan và hiệu quả, cụ thể như sau:

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

- 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.

- Nâng cao nhận thức, trách nhiệm của cán bộ công đoàn, các cấp công đoàn về ý nghĩa, vai trò của công tác TTCĐ là kênh thông tin chính thống của tổ chức công đoàn; là cầu nối trực tiếp giữa Doanh nghiệp với đoàn viên, người lao động, Công đoàn TKV và Công đoàn các cấp.

- Thống nhất về nhận thức, quan điểm công tác TTCĐ 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 trong CNLĐ.

2. Phát huy vai trò, trách nhiệm của công tác truyền thông trong chủ động, tiên phong, dẫn dắt, định hướng thông tin dư luận trong CNLĐ

- Đổi mới phương thức thông tin về phong trào CNLĐ và hoạt động công đoàn theo hướng chủ động, kịp thời, nhanh nhạy, toàn diện, phong phú, đảm bảo định hướng chính trị, tư tưởng, phù hợp với trình độ tiếp nhận của từng đối tượng CNLĐ, tích cực, nhạy bén đấu tranh, phản bác các quan điểm sai trái, các thông tin xấu, độc hại có tác động tiêu cực đến phong trào CNLĐ, hoạt động công đoàn, hình ảnh, thương hiệu của doanh nghiệp.

- Chủ động nghiên cứu phương án phối hợp, liên kết, nâng cao hiệu quả công tác TTCĐ.

- Hàng năm, trên cơ sở định hướng công tác TTCĐ của đoàn cấp trên để đề xuất kế hoạch truyền thông của từng năm tại đơn vị.

2.3. Nâng cao chất lượng hoạt động của Website Công đoàn.

- Chú trọng nâng cao hoạt động trang Website, giao diện và cập nhật đầy đủ nội dung; kỹ thuật biên tập tin bài; năng lực quản trị. Liên kết với các cơ quan báo chí Trung ương và địa phương để mời viết bài/khai thác, đăng lại các bài viết sâu sắc, có giá trị về phong trào CNLĐ, về tổ chức và hoạt động công đoàn.

- Bố trí kinh phí, nhân lực đảm bảo hiệu quả của hoạt động truyền thông;
- Cán bộ công đoàn các cấp thường xuyên truy cập website, tích cực cung cấp tin tức, bài viết, hình ảnh, clip liên quan đến lĩnh vực hoạt động của đơn vị, trong đó tập trung vào các bài viết đánh giá, nghiên cứu, tổng kết bài học kinh nghiệm, 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. 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

3.1. 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 công đoàn, người lao động theo tổ, đội, nhóm (*nhóm nhỏ dưới 30 người, nhóm vừa dưới 50 người; nhóm lớn từ 100 - 200 người*).

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

Công đoàn cơ sở vận động 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. Định kỳ xây dựng chủ đề để truyền thông; mỗi chủ đề phát lặp đi lặp lại vào các khung giờ phù hợp với hoạt động SXKD.

3.3. Phát huy vai trò của những người có uy tín, lãnh đạo Công đoàn, lãnh đạo chuyên môn, báo cáo viên/cộng tác viên cùng tham gia các hoạt động của tổ chức công đoàn

- Xây dựng đội ngũ 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; 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 một cách bài bản, hiệu quả, an toàn.

- Cán bộ làm công tác tuyên giáo, cộng tác viên báo chí truyền thông, cộng tác viên dư luận xã hội của Công đoàn TKV và Công đoàn trực thuộc tích cực, chủ động, nâng cao 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 kịp thời.

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

- Hình thức

+ Tăng cường xây dựng các sản phẩm truyền thông phù hợp, như: Thiết kế đồ họa thông tin, dữ liệu bằng hình ảnh trực quan, video ngắn, bài viết ngắn kèm hình ảnh, Fatagraphics...; tăng hiệu ứng của các sản phẩm truyền thông đến với đoàn viên, người lao động và cộng đồng qua chia sẻ vào các nhóm facebook; 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...) của công đoàn. Thời gian trả lời trong vòng 24h, muộn nhất là 48h kể từ khi nhận được tin nhắn.

+ Tổ chức thăm dò ý kiến trên kênh truyền thông mạng xã hội để nắm bắt được xu hướng suy nghĩ của đoàn viên, NLD đối với những sự việc đã, đang và sắp diễn ra trong đời sống CNLD, đơn vị.

+ Thúc đẩy tương tác truyền thông trên mạng xã hội để thu hút sự tham gia của số đông cán bộ, đoàn viên, người lao động; đồng thời quảng bá hình ảnh của tổ chức Công đoàn VN, Công đoàn TKV và các cấp Công đoàn như: tổ chức thi ảnh, thi viết, thi sáng tạo các video clip, ..

- *Tần suất và thời gian cập nhật thông tin*

Lựa chọn tần suất cập nhật thông tin phù hợp với đoàn viên công đoàn, người lao động, nhất là công nhân lao động.

5. Củng cố mối quan hệ và tăng cường gắn kết với đoàn viên công đoàn, người lao động

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

- Cán bộ công đoàn, nhất là Chủ tịch, Phó Chủ tịch công đoàn nên có tài khoản mạng xã hội (facebook, zalo,...) để theo dõi hoạt động của các trang, nhóm mạng xã hội (facebook...) của công nhân tại đơn vị, địa bàn để nắm bắt nội dung trao đổi, phản ánh và giải thích, phản bác kịp thời thông tin sai lệch, xuyên tạc.

Tiếp cận với CNLD là quản trị các trang, nhóm ở đơn vị và các trang, nhóm đang được công nhân tin cậy để nắm bắt tâm tư, tham gia hỗ trợ xử lý các vấn đề bức xúc, tạo uy tín và từng bước chuyển hóa trang truyền thông của công nhân thành tiếng nói của tổ chức Công đoàn, chia sẻ thông tin về Công đoàn vào các trang còn lại.

5.1. Theo dõi và nắm bắt xu hướng thông tin về đoàn viên, người lao động và tổ chức công đoàn qua các công cụ mạng xã hội

Cán bộ công đoàn, cán bộ tuyên giáo, các cộng tác viên báo chí truyền thông, cộng tác viên dư luận xã hội tăng cường kết bạn với nhiều đoàn viên người lao động để chia sẻ, lập Fanpage riêng với CNLD, tạo niềm tin thật sự vững chắc để CNLD cởi mở, chia sẻ suy nghĩ, tâm tư, nguyện vọng.

5.2. 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

Công đoàn TKV hình thành bộ phận tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin là các thành viên nòng cốt bao gồm Chủ tịch; Phó Chủ tịch phụ trách Ban Tuyên giáo; Trưởng/PT ban Tuyên giáo; các ban liên quan, Văn phòng tư vấn pháp luật. Tại các Công đoàn trực thuộc, căn cứ tình hình thực tế nhân sự để cử lãnh đạo, cán bộ phù hợp.

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