TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG VIỆT NAM
LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG TỈNH LAI CHÂU

CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM
Độc lập – Tự do – Hạnh phúc

Số: 194/KH-LĐLĐ

Lai Châu, ngày 06 tháng 10 năm 2020

KẾ HOẠCH
Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam 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, Ban Thường vụ LĐLĐ tỉnh ban hành kế hoạch triển khai thực hiện 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 Việt Nam; 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 Việt Nam, 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 (NLĐ).

- Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam 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 Việt Nam, ưu tiên các hoạt động tạo lan tỏa rộng đến đoàn viên, NLĐ.

2. Chỉ tiêu

- Hàng năm, các cấp công đoàn tổ chức ít nhất 03 chiến dịch truyền thông về các hoạt động lớn của tổ chức công đoàn.

- LĐLĐ tỉnh hình thành ít nhất 02 nhóm; công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở hình thành ít nhất 01 nhóm truyền thông của cán bộ công đoàn trên mạng xã hội *(Zalo, viber...)* để phổ biến, tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin.

- Từ năm 2020, trang facebook *(fanpage)* của LĐLĐ tỉnh đăng tải ít nhất 02 thông tin/ngày về chính sách, pháp luật, hoạt động công đoàn; trong vòng 24h, tổ chức hỗ trợ, giải đáp thông tin do đoàn viên, NLĐ yêu cầu gửi qua trang facebook.

- Từ năm 2022 đến năm 2023, tăng gấp đôi số thông tin được cập nhật, giải đáp trên các trang facebook công đoàn. Khuyến khích công đoàn cơ sở (CĐCS) có từ 100 đoàn viên, NLĐ trở lên có trang facebook để cập nhật, phổ biến, giải đáp thông tin cho đoàn viên, NLĐ tại doanh nghiệp.

- Hàng năm, công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở có ít nhất 02 lần xây dựng tài liệu định hướng thông tin tuyên truyền cho CĐCS; tổ chức ít nhất 02 hoạt động truyền thông trực tiếp cho đoàn viên, NLĐ của đơn vị *(có thể lồng ghép trong các hoạt động phong trào của CĐCS hoặc các sự kiện của cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp)*.

3. Kết quả cần đạt được

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

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

- Năng lực hệ thống truyền thông của các cấp 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

Cán bộ công đoàn, đoàn viên, NLĐ; các cấp ủy Đảng, chính quyền, người sử dụng lao động và cộng đồng xã hội.

2. Kênh truyền thông

- Các kênh truyền thông báo chí Trung ương và địa phương, trong và ngoài hệ thống công đoàn Việt Nam.

- Các kênh truyền thông trực tiếp *(hệ thống loa truyền thanh, bảng tin, pano ngoài trời...; những người có uy tín trong tổ chức công đoàn Việt Nam, đối với đoàn viên, NLĐ tại cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp, trong cộng đồng dân cư; báo cáo viên công đoàn)*.

- Các sự kiện truyền thông *(Tết Sum vầy, Tháng Công nhân, Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam...)*.

- 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 cấp Tổng LĐLĐ Việt Nam đến CĐCS.

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 các cấp 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, NLĐ trên các phương tiện thông tin đại chúng của công đoàn.

IV. NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG

Bám sát Nghị quyết Đại hội XII Công đoàn Việt Nam, Công đoàn tỉnh Lai Châu, chương trình công tác hàng năm công tác truyền thông công đoàn Việt Nam để cụ thể hóa nội dung, phản ánh thực tiễn cơ sở, 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 sau:

1. Nội dung chuyên sâu

- 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 XII Công đoàn Việt Nam, Công đoàn tỉnh Lai Châu.

- Vai trò, trách nhiệm của công đoàn trong đại diện đoàn viên, NLĐ 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 Việt Nam; tham gia triển khai thực hiện Bộ Luật Lao động (sửa đổi), tham gia xây dựng, sửa đổi, bổ sung một số điều của Luật Công đoàn năm 2012 và các chính sách, pháp luật khác có liên quan đến NLĐ và Công đoàn Việt Nam; tham gia đàm phán, thương lượng về tiền lương, các chế độ, chính sách với NLĐ và ký kết thỏa ước lao động tập thể; tham gia giải quyết ngừng việc tập thể…

- Những chuyển biến tích cực về đời sống, việc làm, thu nhập, điều kiện làm việc của NLĐ. Phản ánh chuẩn xác các vấn đề NLĐ 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 tổ chức Công đoàn Việt Nam.

2. Nội dung phổ biến, cập nhập 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 NLĐ.

- Chương trình phúc lợi của tổ chức công đoàn dành cho đoàn viên, NLĐ; các hoạt động trợ giúp đoàn viên, NLĐ khó khăn.

- Công tác tuyên truyền, phát triển đoàn viên, thành lập CĐCS 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, NLĐ.

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 của cấp ủy Đảng, chính quyền gặp gỡ, trao đổi với cán bộ công đoàn, NLĐ.

- Các hoạt động kỷ niệm Ngày thành lập Công đoàn Việt Nam, Công đoàn tỉnh Lai Châu, tôn vinh cán bộ công đoàn, đoàn viên, NLĐ và các hoạt động của công đoàn kỷ niệm các sự kiện trọng đại của đất nước, của tỉnh, địa phương.

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

4. 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, NLĐ.

V. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

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

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

- Thống nhất về nhận thức, quan điểm về 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 công tác thông tin, góp phần định hướng dư luận xã hội.

- Nâng cao nhận thức, trách nhiệm của các cấp công đoàn, cán bộ 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 cấp ủy Đảng, chính quyền, công đoàn các cấp với đoàn viên, NLĐ.

2. Phát huy vai trò, trách nhiệm của các cơ quan báo chí trong định hướng thông tin dư luận

2.1. Nâng cao chất lượng hoạt động của Cổng thông tin điện tử (sau đây gọi chung là Website) Công đoàn tỉnh

- Chú trọng hoàn thiện hạ tầng Website, giao diện và cập nhật đầy đủ nội dung; kỹ thuật biên tập tin, bài; năng lực quản trị. Liên kết với các báo chí Trung

ương và địa phương 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 Cổng thông tin điện tử Công đoàn tỉnh hoạt động hiệu quả.

- Cán bộ công đoàn các cấp thường xuyên truy cập Website của Tổng Liên đoàn, LĐLĐ tỉnh; tích cực cung cấp tin, bài viết, hình ảnh, video liên quan đến lĩnh vực hoạt động cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp mình, trong đó tập trung vào các bài viết có chất lượng trên các lĩnh vực hoạt động công đoàn và nội dung chỉ đạo của Ban Thường vụ, Ban Chấp hành công đoàn các cấp.

2.2. Đổi mới, nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông trên các phương tiện thông tin đại chúng

- Thực hiện đúng quy định phát ngôn theo Quyết định số 1669/TLĐ, ngày 07/11/2019 của Đoàn Chủ tịch Tổng LĐLĐ Việt Nam về Quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí.

- Xây dựng chương trình phối hợp giữa LĐLĐ tỉnh với Đài Phát thanh và Truyền hình tỉnh, Báo Lai Châu, Báo Lao động, Tạp chí Lao động và Công đoàn.

- Tăng cường phối hợp chuyên trang, chuyên mục, bài viết tuyên truyền về phong trào CNVCLĐ và hoạt động công đoàn.

- Tổ chức đợt đăng tải cao điểm và duy trì đăng tải thường xuyên bài viết về tổ chức và hoạt động công đoàn trên các phương tiện thông tin đại chúng.

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

3.1. Truyền thông theo nhóm

CĐCS 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, NLĐ theo nhóm *(nhóm nhỏ dưới 30 người, nhóm vừa từ 30 – dưới 100 người, nhóm lớn từ 100 – 200 người).*

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

CĐCS 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. Mỗi tuần xây dựng một chủ đề để truyền thông, mỗi chủ đề phát lặp đi lặp lại vào các khung giờ phù hợp với hoạt động sản xuất của doanh nghiệp.

3.3. 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, NLĐ và truyền thông

- Xây dựng đội ngũ cán bộ công đoàn, những người có uy tín, có ảnh hưởng trong CNVCLĐ 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.

- 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, NLĐ

4. 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 Đảng, của đất nước, của tỉnh và địa phương; các hoạt động lớn trên các lĩnh vực công tác công đoàn…

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

5.1. Tổ chức thông tin trên các mạng xã hội (Facebook) 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, NLĐ; 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 Việt Nam; định hướng thông tin cho đoàn viên, NLĐ và dư luận xã hội trong các cuộc đình công, ngừng việc tập thể, ngộ độc thực phẩm;…

- 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, NLĐ trên mỗi bài viết và trên mục tin nhắn của các trang mạng xã hội của công đoàn. Thời gian trả lời trong vòng 24h 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 động cán bộ, đoàn viên, NLĐ 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, NLĐ nhất là CNLĐ trực tiếp sản xuất để cập nhật thông tin.

5.2. Tăng cường gắn kết với đoàn viên, NLĐ

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

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

- Tiếp cận với CNVCLĐ là quản trị các trang, nhóm ở địa phương, ngành và trang, nhóm đang được CNVCLĐ 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 của CNVCLĐ thành tiếng nói của tổ chức công đoàn; chia sẻ thông tin về Công đoàn Việt Nam vào các trang còn lại.

5.3. 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 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 – Nữ công, Trưởng Ban Tuyên giáo – Nữ công, Trưởng Ban Chính sách pháp luật và Quan hệ lao động; tổ tư vấn pháp luật. Tùy từng trường hợp cụ thể sẽ bổ sung một số lãnh đạo các Ban, đơn vị khác khi cần xử lý thông tin liên quan đến phạm vi, lĩnh vực Ban, đơn vị phụ trách.

- Đối với công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở hình thành bộ phận tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin là Chủ tịch và Phó Chủ tịch.

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

Cán bộ công đoàn, đoàn viên, NLĐ có nhu cầu thông tin gửi các ý kiến cần trao đổi, làm rõ qua các trang mạng xã hội *(facebook, zalo...)* qua Website của tổ chức công đoàn. Bộ phận thường trực trả lời trên cơ sở thông tin cơ bản lấy từ: tài liệu do các Ban chuyên môn cung cấp; văn bản pháp luật...Trường

hợp thông tin có tính chuyên môn cao, bộ phận thường trực tham mưu, đề xuất với lãnh đạo chỉ đạo các Ban, đơn vị chuyên môn nghiên cứu nội dung trả lời.

6. Xây dựng các sản phẩm văn hóa – truyền thông phục vụ đông đảo đoàn viên, NLĐ

- Tiếp tục đưa vào sử dụng bộ nhận diện Công đoàn Việt Nam (logo, bài hát truyền thống của công đoàn, trang phục nhận diện công đoàn...) trong các sự kiện của công đoàn, các cuộc tiếp xúc với CNLĐ 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, 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.

7. Quan tâm công tác dự báo và xử lý 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 sự kiện hoặc một 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, không nhất quán, xảy ra các phản ứng nghiêm trọng; bị lợi dụng tung tin sai lệch, xuyên tạc...

- 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 khoa học, 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.

VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Liên đoàn Lao động tỉnh

- Xây dựng kế hoạch chỉ đạo các cấp công đoàn triển khai thực hiện có hiệu quả kế hoạch này; cung cấp các tài liệu truyền thông phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương, đơn vị và nhu cầu của đoàn viên, NLĐ.

- Triển khai mô hình truyền thông trên các nền tảng mạng xã hội theo hướng dẫn của Tổng LĐLĐ Việt Nam.

- Chủ động xây dựng chương trình phối hợp với Đài Phát thanh – Truyền hình tỉnh, Báo Lai Châu, Báo Lao động, Tạp chí Lao động và Công đoàn truyền thông về phong trào CNVCLĐ và hoạt động Công đoàn tỉnh trên các phương tiện thông tin báo chí.

- Phân công người phát ngôn, cán bộ chịu trách nhiệm thực hiện công tác truyền thông, cung cấp thông tin.

2. LĐLĐ các huyện, thành phố, Công đoàn ngành, Công đoàn Viên chức, CĐCS trực thuộc

- Căn cứ Kế hoạch của LĐLĐ tỉnh xây dựng kế hoạch triển khai thực hiện phù hợp với điều kiện thực tế của địa phương, đơn vị.

- Tham mưu cho cấp ủy, phối hợp với chính quyền địa phương, người sử dụng lao động tổ chức các hoạt động truyền thông trực tiếp tại địa bàn có đông đoàn viên và NLĐ.

- Sử dụng có hiệu quả các trang mạng xã hội của tổ chức công đoàn.

- Báo cáo kết quả thực hiện về LĐLĐ tỉnh (qua Ban Tuyên giáo – Nữ công) theo 5 tiêu chí *(có phụ lục gửi kèm)* cùng với báo cáo công tác tuyên giáo công đoàn 6 tháng và năm theo quy định.

Trên đây là Kế hoạch đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023. Ban Thường vụ LĐLĐ tỉnh yêu cầu LĐLĐ các huyện, thành phố, Công đoàn Ngành, Công đoàn Viên chức nghiêm túc triển khai thực hiện./.

Nơi nhận:
- Tổng LĐLĐ Việt Nam;
- Ban Dân vận Tỉnh ủy;
- Ban Tuyên giáo Tỉnh ủy;
- Các Ban LĐLĐ tỉnh;
- LĐLĐ các huyện, TP, CĐN; CĐVC;
- Lưu: VT, TgNc.

TM. BAN THƯỜNG VỤ
PHÓ CHỦ TỊCH

B.C.H LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG T. LAI CHÂU

Đồng Thị Nghĩa

PHỤ LỤC

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

Nội dung	Tiêu chí đánh giá
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 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? - 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.
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...
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)...
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 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.
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)