**ĐỀ CƯƠNG**

**Báo cáo kết quả triển khai chương trình “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam đến năm 2023”**

*(Kèm theo hướng dẫn số 79/HD-TLĐ, ngày 23 tháng 3 năm 2023 của*

*Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam)*

**I. CÔNG TÁC LÃNH ĐẠO, CHỈ ĐẠO**

Kết quả tham mưu các văn bản cụ thể hóa việc triển khai Chương trình số 01/CTr-BCH.

- Tại Liên đoàn Lao động tỉnh, thành phố, công đoàn ngành trung ương và tương đương, công đoàn Tổng công ty trực thuộc Tổng Liên đoàn.

- Tại công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở.

- Tại công đoàn cơ sở.

**II. KẾT QUẢ TRIỂN KHAI**

**1. Kết quả thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp của Chương trình số 01/CTr-BCH**

# 1.1. Kết quả đổi mới nội dung và hình thức thể hiện nội dung truyền thông

### 1.2. Nâng cao chất lượng, hiệu quả truyền thông trên báo chí

- Kết quả thực hiện quy hoạch phát triển và quản lý báo chí, truyền thông của tổ chức Công đoàn Việt Nam (đối với các đơn vị phải thực hiện quy hoạch).

- Kết quả thực hiện quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí.

- Kết quả phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông trong công tác tuyên truyền: Việc thực hiện quy chế phát ngôn và cung cấp thông tin cho báo chí; việc ký kết và triển khai chương trình phối hợp tuyên truyền với các cơ quan báo chí ở trung ương và địa phương; số lượng và chất lượng các sản phẩm truyền thông trên báo chí; việc tiếp nhận và giải quyết thông tin báo chí phản ánh; việc tổ chức giải báo chí, cuộc thi viết….

### 1.3. Kết quả hoạt động của trang thông tin điện tử

- Đánh giá về giao diện, tốc độ truy cấp, lượng truy cập đối với trang thông tin điện tử.

- Đánh giá về số lượng và chất lượng các sản phẩm truyền thông trên trang thông tin điện tử.

- Đánh giá về bộ máy tổ chức của trang thông tin điện tử.

1.4. Kết quả tổ chức các hoạt động truyền thông tại cơ sở

**-** Tổ chứctruyền thông trực tiếp tại cơ sở: số cơ sở? số cuộc? số người đoàn viên tham gia? Số lượng và chất lượng phản hồi của đoàn viên sau mỗi cuộc truyền thông.

### - Việc thông tin, tuyên truyền qua hệ thống thông tin cơ sở tại nơi làm việc: Số công đoàn cơ sở có hệ thống loa truyền thanh, truyền hình? Nội dung và tần suất thông tin, tuyên truyền.

- Hoạt động của đội ngũ báo cáo viên, tuyên truyền viên công đoàn: Số lượng? cách thức hoạt động? Hiệu quả hoạt động.

## 1.5. Kết quả tổ chức các chiến dịch truyền thông

## 1.6. Kết quả tổ chức thông tin trên các mạng xã hội

- Số lượng các trang mạng xã hội (facebook, zalo, youtube, tiktok); trong đó nêu rõ cấp địa phương, ngành; cấp trên trực tiếp cơ sở và cấp cơ sở. Số 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 (facebook...) của công nhân tại đơn vị, địa bàn

- Nội dung thông tin, hình thức thể hiện, tần suất và thời gian cập nhật thông tin. Việc nắm bát, tiếp nhận, xử lý và phản hồi thông tin thong qua các kênh truyền thông.

## 1.7. Kết quả xây dựng các sản phẩm văn hóa - truyền thông phục vụ đông đảo đoàn viên, người lao động

- Vệc 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 toàn hệ thống công đoàn.

- Việc phối hợp sản xuất các chương trình văn hóa, giải trí; các hội thi: “Tiếng hát công nhân”, sáng tạo “Bài tập thể dục giữa giờ” bằng hình thức trực tuyến trên mạng xã hội; sản xuất các bản ghi âm, ghi hình, các loại phim ngắn phát trên internet. Phát động sáng tác (ca khúc, truyện ngắn,...) về công nhân, công đoàn.

1.8. Kết quả xây dựng đội ngũ làm công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam chuyên nghiệp, bản lĩnh, trí tuệ, tâm huyết, trách nhiệm

*-*  Việc tổ chức đào tạo, bồi dưỡng, nâng cao trình độ, năng lực truyền thông cho cán bộ công đoàn, nhất là ở các LĐLĐ tỉnh, thành phố, Công đoàn ngành Trung ương và tương đương. Xây dựng kế hoạch soạn thảo và ấn hành tài liệu tham khảo hoặc cẩm nang nghiệp vụ truyền thông dành cho cán bộ công đoàn.

- Số lượng, chất lượng đội ngũ cán bộ làm công tác tuyên giáo công đoàn; việc 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.

**2. Kết quả thực hiện các chỉ tiêu trong Chương trình số 01/CTr-BCH**

**III. ĐÁNH GIÁ ƯU, KHUYẾT ĐIỂM VÀ BÀI HỌC KINH NGHIỆM**

## 1. Ưu điểm

## - Đánh giá sự chuyển biến trong nhận thức cho cán bộ công đoàn, các cấp 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 là chủ yếu; truyền thông công đoàn là trách nhiệm của mỗi cán bộ công đoàn, mỗi cấp công đoàn; nhận thức, trách nhiệm của cán bộ công đoàn, các cấp công đoàn về ý nghĩa, vai trò của công tác truyền thông….).*

## - Đánh giá 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).*

- Đánh giá về hiệu ứng lan tỏa của truyền thông tới xã hội.

**2. Khó khăn và hạn chế**

- Đánh giá những khó khăn và hạn chế trong triển khi Chương trình.

- Những chỉ tiêu, nhiệm vụ và giải pháp chưa hoàn thành, khó thực hiện.

**3. Bài học kinh nghiệm**

# IV. NHIỆM VỤ, GIẢI PHÁP VÀ KIẾN NGHỊ, ĐỀ XUẤT

# 1. Dự báo tình hình tác động đến công tác truyền thông

# 2. Những vấn đề đặt ra

# 3. Nhiệm vụ và giải pháp

# 4. Kiến nghị, đề xuất