

Số: 223 /KH-CĐNH

Hà Nội, ngày 10 tháng 04 năm 2024

KẾ HOẠCH

Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Ngân hàng Việt Nam giai đoạn 2024 - 2028

Thực hiện Nghị quyết Đại hội XIII Công đoàn Việt Nam và Chương trình số 01/CTr-TLĐ ngày 29/12/2023 của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về việc “Đẩy mạnh công tác truyền thông Công đoàn Việt Nam giai đoạn 2023 - 2028”, căn cứ tình hình thực tế của ngành Ngân hàng, Công đoàn Ngân hàng Việt Nam (CĐNHVN) xây dựng kế hoạch việc đẩy mạnh công tác truyền thông công đoàn trong ngành Ngân hàng đến năm 2028 như sau:

I. MỤC TIÊU, CHỈ TIÊU

1. Mục tiêu tổng quát

Tập trung nguồn lực, phối hợp chặt chẽ với các cơ quan truyền thông trong và ngoài Ngành, sử dụng đa dạng và hiệu quả các hình thức, phương thức truyền thông, nhằm lan tỏa mạnh mẽ đến đoàn viên, người lao động và toàn xã hội về hoạt động của Công đoàn Việt Nam, về những thành tích của đoàn viên, người lao động ngành Ngân hàng; tập trung quảng bá, giới thiệu vị trí, vai trò, chức năng, nhiệm vụ, những đóng góp, đổi mới của Công đoàn Việt Nam và CĐNHVN; phản ánh kịp thời đời sống, việc làm, tâm tư, nguyện vọng của đoàn viên, người lao động ngành Ngân hàng; tuyên truyền, vận động nâng cao bản lĩnh chính trị, kiến thức pháp luật, trình độ kỹ năng nghề nghiệp, tác phong công nghiệp, góp phần phát triển cơ quan, đơn vị và ngành Ngân hàng.

2. Chỉ tiêu cụ thể

- Hàng năm, có ít nhất 85% đoàn viên, người lao động ngành Ngân hàng được tiếp cận thông tin về chủ trương, nghị quyết của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước liên quan đến người lao động, tổ chức công đoàn và ngành Ngân hàng.

- Phân đầu đến năm 2028 có 100% cán bộ công đoàn làm công tác chỉ đạo và trực tiếp tham mưu công tác truyền thông ở Công đoàn ngành Ngân hàng, 70% trở lên cán bộ lãnh đạo công đoàn cấp trên trực tiếp cơ sở và 50% trở lên cán bộ lãnh đạo CĐCS được bồi dưỡng nâng cao năng lực truyền thông.

- Đến năm 2028, tỷ trọng các sản phẩm truyền thông về công đoàn trên nền tảng số chiếm 50% tổng số sản phẩm truyền thông của các cấp công đoàn.

- Phân đầu đến năm 2028, 100% tài liệu phục vụ công tác truyền thông được số hóa, kết nối, sử dụng chung và phổ biến trên không gian mạng để lan tỏa thông tin tích cực, nhân văn.

- Phân đầu đến năm 2028, ở các Công đoàn cấp trên cơ sở, CĐCS trực thuộc CĐNHVN có cán bộ làm công tác công đoàn được đào tạo, bồi dưỡng cấp chứng chỉ về báo chí, truyền thông.

II. NỘI DUNG VÀ ĐỐI TƯỢNG TRUYỀN THÔNG

1. Nội dung truyền thông

Bám sát Nghị quyết Đại hội XIII Công đoàn Việt Nam, Đại hội VII CĐNHVN, chương trình công tác hàng năm, cụ thể hóa nội dung, phản ánh thực tiễn cơ sở để làm nổi bật thông điệp “Đổi mới - Dân chủ - Đoàn kết - Phát triển”. Trong đó tập trung vào các nội dung sau:

- Chủ trương, đường lối của Đảng, chính sách, pháp luật của Nhà nước, các quy định của ngành Ngân hàng liên quan trực tiếp đến quyền, lợi ích, trách nhiệm, nghĩa vụ của CNVCLĐ; chương trình, kế hoạch hoạt động công đoàn, nhất là chính sách, pháp luật liên quan đến đoàn viên, người lao động.

- Vị thế của giai cấp công nhân Việt Nam, tổ chức công đoàn Việt Nam trong lịch sử và trong giai đoạn hiện nay; những đóng góp của giai cấp công nhân, tổ chức Công đoàn Việt Nam, của đoàn viên, người lao động ngành Ngân hàng và CĐNHVN đối với sự nghiệp xây dựng, bảo vệ, phát triển đất nước, phát triển ngành Ngân hàng và hội nhập quốc tế.

- Công đoàn tham gia xây dựng chính sách, pháp luật; tham gia các hoạt động chăm lo, bảo vệ quyền lợi của đoàn viên, người lao động; phát triển đoàn viên, thành lập công đoàn cơ sở và các hoạt động hợp tác quốc tế.

- Những chuyển biến tích cực về đời sống, việc làm, thu nhập, điều kiện làm việc của đoàn viên và người lao động trong Ngành. Phản ánh các vấn đề đoàn viên, người lao động quan tâm; tâm tư, tình cảm, nhu cầu, nguyện vọng chính đáng, những đề xuất kiến nghị của đoàn viên, người lao động.

- Gương người tốt, việc tốt, các phong trào thi đua; những việc làm mới, cách làm hay, những mô hình hoạt động hiệu quả trên các lĩnh vực công tác công đoàn; việc học tập và làm theo tư tưởng, đạo đức, phong cách Hồ Chí Minh; phản bác thông tin sai lệch, xuyên tạc, quan điểm sai trái, thù địch, bảo vệ nền tảng tư tưởng của Đảng, bảo vệ giá trị cốt lõi và truyền thống vẻ vang của giai cấp công nhân và tổ chức Công đoàn Việt Nam.

- Sự đổi mới hoạt động của tổ chức công đoàn các cấp; các 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 khó khăn.

- Các hoạt động, sự kiện nổi bật hàng năm 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 gặp gỡ, đối thoại giữa cấp ủy Đảng, chính quyền các cấp với đoàn viên và người lao động.

+ Các hoạt động kỷ niệm nhân ngày thành lập của tổ chức Công đoàn Việt Nam, CĐNVN; các giải thưởng, tôn vinh cán bộ công đoàn, đoàn viên, người lao động; các hoạt động của các cấp công đoàn kỷ niệm các sự kiện trọng đại của đất nước, của ngành Ngân hàng.

+ Các hoạt động chăm lo Tết cho đoàn viên, người lao động của tổ chức công đoàn.

2. Đối tượng và phân khúc đối tượng truyền thông

2.1. Đối tượng

- Cán bộ công đoàn các cấp; đoàn viên công đoàn và người lao động ngành Ngân hàng.

- Cấp ủy, tổ chức đảng, chính quyền, các đoàn thể chính trị; cán bộ lãnh đạo, quản lý, người sử dụng lao động.

- Cộng đồng xã hội và người dân.

- Các đối tác quốc tế, các doanh nghiệp có vốn đầu tư nước ngoài trong lĩnh vực tài chính, ngân hàng tại Việt Nam.

2.2. Phân khúc đối tượng truyền thông

Căn cứ nội dung truyền thông cụ thể, tiến hành phân chia đối tượng truyền thông thành các nhóm nhỏ dựa trên các đặc điểm nhân khẩu học như độ tuổi, giới tính, trình độ học vấn, lĩnh vực công tác và làm việc, vùng miền, thói quen tiếp cận thông tin, thời gian làm việc và nghỉ ngơi... để thiết kế thông điệp, lựa chọn công cụ, phương tiện tác động, tổ chức chiến dịch truyền thông và đánh giá, đo lường hiệu quả.

III. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP

1. Nâng cao nhận thức cho cán bộ công đoàn và các cấp công đoàn về công tác truyền thông trong hoạt động công đoàn; tập trung hoàn thiện các văn bản về công tác truyền thông

- Quán triệt, đặt ra yêu cầu đối với Ban chấp hành công đoàn cấp trên cơ sở, công đoàn cơ sở về vị trí, vai trò, ý nghĩa, tầm quan trọng và đóng góp của công tác truyền thông trong hoạt động công đoàn, nhất là trong bối cảnh hiện nay; tiếp tục thay đổi tư duy, nhận thức, đề cao trách nhiệm về công tác truyền thông.

Ban chấp hành công đoàn các cấp chịu trách nhiệm định hướng nội dung, yêu cầu công tác truyền thông ở cấp mình; đưa vào chương trình công tác hàng năm giải pháp truyền thông phù hợp với yêu cầu, nhiệm vụ.

- Tham mưu với cấp ủy, phối hợp với chuyên môn, người sử dụng lao động và các cơ quan truyền thông, báo chí về nội dung, cách thức truyền thông, tạo sự quan tâm, hỗ trợ công tác truyền thông công đoàn. Phát huy năng lực, sở trường của mỗi cán bộ công đoàn trong công tác truyền thông; khuyến khích mỗi cán bộ, đoàn viên trở thành một tuyên truyền viên về hoạt động công đoàn.

- Rà soát, xây dựng, bổ sung, hoàn thiện hệ thống các quy định, quy chế liên quan đến lĩnh vực truyền thông công đoàn; nghiên cứu, ban hành quy định khuyến khích, hỗ trợ một số cán bộ, đoàn viên, cộng tác viên kiêm nhiệm hoặc có nhiều đóng góp cho công tác truyền thông. Ban hành quy định chế độ nhuận bút, thù lao đối với Công thông tin điện tử, trang thông tin điện tử và mạng xã hội của công đoàn.

2. Đổi mới, đa dạng hóa các hình thức, phương tiện truyền thông, đẩy mạnh chuyển đổi số và ứng dụng công nghệ mới trong công tác truyền thông công đoàn

- Tiếp tục phát huy hiệu quả các hình thức truyền thông đang được đông đảo cán bộ, đoàn viên, người lao động đón nhận; linh hoạt kết hợp các phương pháp, công cụ, kênh, nền tảng truyền thông đa dạng, từ truyền thống (báo in, truyền hình, phát thanh, pa-nô, loa truyền thanh, bảng tin nội bộ, hội nghị, hội thảo...) đến hiện đại (báo điện tử, các nền tảng tương tác trên internet, các ứng dụng di động), từ truyền thông đại chúng chính thống (các cơ quan báo chí được thành lập theo quy định) đến truyền thông xã hội (các diễn đàn online, các nhóm mạng xã hội) và tổ chức các sự kiện để đảm bảo hiệu ứng tốt và đạt kết quả cao.

- Chủ động triển khai các giải pháp công nghệ; chia sẻ thông tin, sản phẩm truyền thông dùng chung trong công đoàn các cấp:

+ Đẩy mạnh truyền thông trên môi trường internet, tăng cường sự tương tác của đoàn viên, người lao động với vai trò vừa là người thụ hưởng thông tin, vừa là người sáng tạo nội dung thông tin.

+ Phát triển nền tảng số của công đoàn để cung cấp các nội dung về hoạt động công đoàn, nội dung người lao động quan tâm (chế độ, chính sách, tiền lương,...) và tập hợp ý kiến, tâm tư, nguyện vọng người lao động để phân tích, phân loại và có giải pháp kịp thời.

+ Xây dựng, thiết kế nội dung, thông điệp truyền thông theo chủ đề, nội dung hoạt động phù hợp với đối tượng đoàn viên, người lao động theo phân khúc đối tượng (tại mục 2, phần II); tăng cường sản xuất và phát hành các sản phẩm truyền thông hiện đại, đa nền tảng, chất lượng cao góp phần nâng cao nhận thức chính trị, ý thức chấp hành pháp luật, kỷ luật lao động, tác phong công nghiệp cho đoàn viên, người lao động. Quan tâm đầu tư sản xuất các sản phẩm truyền thông phục vụ công tác thông tin đối ngoại như: video; đồ họa thông tin (infographic...); quà tặng có logo, thông điệp, màu nhận diện của tổ chức Công đoàn Việt Nam...

+ Ứng dụng công nghệ hiện đại trong quản trị truyền thông để kịp thời phát hiện, phân tích các luồng thông tin phục vụ công tác nghiên cứu, tham mưu các giải pháp ứng phó; truyền thông chủ động, điều hướng thông tin, đấu tranh phản bác các quan điểm sai trái, thù địch, thông tin sai lệch, xuyên tạc bảo vệ nền tảng của Đảng, bảo vệ giai cấp công nhân, tổ chức Công đoàn Việt Nam.

- Thường xuyên tổ chức các cuộc thi trực tuyến thu hút đông đảo đoàn viên, người lao động tham gia.

- Tiếp tục đổi mới phương thức truyền tải thông tin thông qua mạng xã hội đảm bảo nguyên tắc “Nhanh”, “Ngắn” để đoàn viên, người lao động tiếp cận, “Sâu”, “Rõ” để người lao động hiểu, làm theo. Có giải pháp tiếp cận các nhóm, diễn đàn trên mạng xã hội của đoàn viên, người lao động, cung cấp thông tin chính xác, tuyên truyền các nội dung phù hợp đồng thời nắm bắt tâm tư, nguyện vọng và các vấn đề liên quan đến công nhân thông qua mạng xã hội.

- Biên soạn tài liệu phù hợp, xây dựng các clip ngắn, thiết kế bài giảng bằng công nghệ, sử dụng các tiểu phẩm và nhân vật công chúng để đẩy mạnh truyền thông trong hoạt động công đoàn. Quan tâm truyền thông nhận diện, truyền thông qua hình ảnh và hoạt động của cơ quan công đoàn, cán bộ công đoàn các cấp.

- Duy trì mạng lưới truyền thông các cấp công đoàn, tổ chức chính trị - xã hội, cơ quan báo chí, truyền thông; thường xuyên cung cấp, chia sẻ thông tin tích cực, chủ động phối hợp triển khai truyền thông về hoạt động công đoàn.

3. Tăng cường phối hợp với các cơ quan báo chí, truyền thông để chủ động thông tin đến đoàn viên, người lao động trong Ngành

- Các cấp công đoàn trong Ngành tăng cường phối hợp, thường xuyên cung cấp thông tin về các hoạt động, sự kiện lớn, các mô hình tiêu biểu, các cách làm hiệu quả, gương người tốt, việc tốt... trong hoạt động công đoàn cho các cơ quan báo chí, truyền thông trong và ngoài Ngành. Phối hợp với các phóng viên đi thực tế địa bàn, tiếp cận cơ sở, tiếp cận cán bộ công đoàn, đoàn viên, người lao động để khai thác tư liệu, tổ chức thông tin, truyền truyền trên báo chí. Tăng cường phối hợp chặt chẽ với các cơ quan báo chí, xuất bản, cổng thông tin điện tử của hệ thống công đoàn trong việc cung cấp thông tin, bài viết, phối hợp tổ chức các sự kiện, hoạt động.

- Nâng cao hiệu quả hoạt động, chất lượng thông tin tuyên truyền trên Cổng thông tin điện tử, trang thông tin điện tử (gọi chung là website) và mạng xã hội của các cấp công đoàn (facebook, zalo...) trong Ngành. Trong đó, website CĐNVN đóng vai trò cung cấp thông tin và tư liệu chuẩn xác về chủ trương, chính sách, hoạt động của các cơ quan công đoàn; kênh liên thông, trao đổi thông tin trong hệ thống công đoàn.

4. Tăng cường nguồn lực cho công tác truyền thông công đoàn

- Tổ chức bồi dưỡng, tập huấn, đào tạo nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ công đoàn làm công tác truyền thông như: kỹ năng phối hợp với báo chí và quan hệ công chúng; tổ chức sự kiện truyền thông; xử lý thông tin trên báo chí, xử lý sự cố truyền thông; quản lý diễn đàn và sử dụng phần mềm để theo dõi và phân tích thông tin trên mạng xã hội; kỹ năng truyền thông trên mạng xã hội; kỹ năng sản xuất các sản phẩm truyền thông đa phương tiện (infographic, video...)...

- Tuyển dụng, bố trí nhân sự có đủ năng lực, trình độ chuyên môn về báo chí, truyền thông, về tuyên truyền để triển khai công tác truyền thông công đoàn.

- Hằng năm dành nguồn lực thỏa đáng cho công tác truyền thông. Nghiên cứu, xác định tỷ trọng chi cho công tác truyền thông trong tổng kinh phí chi hoạt động của các cấp công đoàn.

- Đầu tư, đổi mới trang thiết bị, phương tiện truyền thông ứng dụng công nghệ hiện đại và thành tựu của cách mạng công nghiệp 4.0 trong các hoạt động truyền thông công đoàn.

5. Nâng cao khả năng tiếp cận thông tin của đoàn viên, người lao động; đẩy mạnh truyền thông công đoàn cơ sở

- Định kỳ khảo sát nhu cầu về nội dung, mô hình tiếp cận thông tin của đoàn viên, người lao động; cung cấp kiến thức, hướng dẫn kỹ năng bằng các hình thức phù hợp giúp đoàn viên, người lao động chủ động tìm hiểu, khai thác, sử dụng thông tin hiệu quả.

- Nghiên cứu, xây dựng, triển khai các mô hình tăng cường tiếp cận thông tin phù hợp với từng đối tượng đoàn viên, người lao động; cơ chế động viên đoàn viên, người lao động cung cấp thông tin; thu hút, biểu dương các sáng kiến hữu ích trong hỗ trợ người lao động nâng cao năng lực tiếp cận thông tin.

- Tạo lập các diễn đàn, cộng đồng để kết nối với đoàn viên, người lao động thông qua mạng xã hội và các ứng dụng di động; tổ chức thông tin, tuyên truyền thường xuyên, liên tục để hình thành thói quen tiếp cận thông tin của đoàn viên, người lao động.

- Đẩy mạnh sự hiện diện của tổ chức Công đoàn Việt Nam trong các doanh nghiệp. Các Công đoàn cơ sở có từ 100 đoàn viên trở lên thương lượng, đề xuất với chủ doanh nghiệp bố trí không gian sinh hoạt công đoàn (Văn phòng Công đoàn), có huy hiệu và hình ảnh, màu sắc nhận diện Công đoàn Việt Nam, CĐNVN để tổ chức hội họp và tiếp đoàn viên, người lao động.

Phối hợp với bộ phận truyền thông của doanh nghiệp đẩy mạnh hoạt động truyền thông công đoàn; đa dạng hóa các hình thức thông tin, tuyên truyền, chú trọng xây dựng bảng tin công đoàn đặt tại các địa điểm đoàn viên, người lao động dễ quan sát, tiếp cận và bản tin (điện tử hoặc âm thanh) để nghe, xem trên thiết bị điện thoại.

IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN

1. Công đoàn Ngân hàng Việt Nam:

- Ban Tuyên giáo - Nữ công: là bộ phận thường trực, xây dựng kế hoạch, triển khai các hoạt động liên quan đến công tác truyền thông công đoàn:

+ Hướng dẫn, chỉ đạo công đoàn các cấp triển khai các hoạt động truyền thông. Tham mưu xây dựng và cung cấp các sản phẩm văn hóa, tài liệu truyền thông phù hợp với tình hình, đặc điểm của ngành Ngân hàng để cung cấp cho các

cấp công đoàn; xây dựng chương trình tập huấn nâng cao năng lực truyền thông cho cán bộ công đoàn.

- + Tham mưu rà soát, sửa đổi các văn bản về công tác truyền thông.
- + Tiếp tục điều hành có hiệu quả Trang thông tin điện tử CĐNVN.
- + Báo cáo kết quả công tác truyền thông công đoàn về Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam theo quy định.

- Ban Tài chính: Đề xuất các giải pháp đảm bảo nguồn lực tài chính cho công tác truyền thông công đoàn. Bố trí chi thường xuyên cho công tác truyền thông công đoàn theo phân cấp quản lý tài chính công đoàn hiện hành.

- Ban Tổ chức - Kiểm tra: Chủ trì phối hợp với Ban Tuyên giáo - Nữ công để xác định vị trí, việc làm về công tác truyền thông tại CĐNVN và các cấp công đoàn trong ngành Ngân hàng; phối hợp tổ chức các lớp đào tạo, bồi dưỡng cán bộ công đoàn, nhất là cán bộ tuyên giáo công đoàn các cấp về các kỹ năng, nghiệp vụ truyền thông, báo chí.

- Các Ban CĐNVN: căn cứ vào chức năng, nhiệm vụ của từng ban, phối hợp với Ban Tuyên giáo - Nữ công trong việc xây dựng tài liệu, lựa chọn kênh truyền thông hiệu quả khi tổ chức các hoạt động thuộc ban mình phụ trách.

2. Các Công đoàn cấp trên cơ sở, CĐCS trực thuộc CĐNVN:

- Căn cứ Kế hoạch của CĐNVN và tình hình thực tế tại cơ sở, các cấp công đoàn báo cáo cấp ủy, xây dựng kế hoạch cụ thể để triển khai kế hoạch truyền thông tại cấp mình đảm bảo thiết thực, hiệu quả.

- Báo cáo kết quả công tác truyền thông theo định kỳ 6 tháng và cả năm về CĐNVN (qua Ban Tuyên giáo - Nữ công) để tổng hợp, báo cáo Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam.

Trên đây là Kế hoạch đẩy mạnh công tác truyền thông trong hệ thống CĐNVN giai đoạn 2024 - 2028, đề nghị các cấp công đoàn nghiêm túc triển khai, thực hiện. Trong quá trình thực hiện nếu phát sinh vướng mắc, kịp thời báo cáo về CĐNVN, qua Ban Tuyên giáo - Nữ công để phối hợp giải quyết. *phong*

Nơi nhận:

- Ban Tuyên giáo TLĐLĐVN;
- Đ/c Đào Minh Tú - PTĐTT NHNN;
- Chủ tịch CĐNVN;
- Các CĐ cấp trên cơ sở;
- CĐCS trực thuộc CĐNVN;
- Các PCT CĐNVN;
- Các Ban CĐNVN;
- Lưu TG-NC, VT, TNTTra. *ch*

} đề
báo
cáo

TM. BAN THƯỜNG VỤ
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC



Nguyễn Khánh Chi