|  |  |
| --- | --- |
| **TỔNG LIÊN ĐOÀN LAO ĐỘNG** | **CỘNG HÒA XÃ HỘI CHỦ NGHĨA VIỆT NAM** |
| **VIỆT NAM** | **Độc lập - Tự do - Hạnh phúc** |
| Số: 1298 /ĐA-TLĐ | *Hà Nội, ngày 29 tháng 6 năm 2018* |

**ĐỀ ÁN**

**Công đoàn Việt Nam tuyên truyền, vận động công nhân trên mạng xã hội**

**I. TÍNH CẤP THIẾT CỦA ĐỀ ÁN.**

**1. Tình hình chung**

Mạng xã hội (Social Network) xuất hiện trên thế giới vào năm 2002, nhưng thực sự bùng nổ vào năm 2004, khi facebook ra đời rồi lần lượt sau đó là twitter, instagram, myspace, orkut, hi5, friendster, youtube, google+...

Với những tính năng vượt trội, mạng xã hội làm biến đổi sâu sắc đời sống con người. Khi cuộc cách mạng khoa học và công nghệ phát triển nhanh chóng, nhất là công nghệ số, thì mạng xã hội càng tăng thêm những ứng dụng hữu ích trong việc truyền tải thông tin dưới nhiều hình thức khác nhau, như chữ viết, hình ảnh, giọng nói, video, thậm chí như một “đài truyền hình” cá nhân và có nhiều sự tương tác, phản hồi, bày tỏ quan điểm, chính kiến,… của những người tham gia. Bên cạnh đó, mạng xã hội còn có khả năng tích hợp các ứng dụng mở, các công cụ tương tác và tạo ra nguồn thông tin và tốc độ lan truyền nhanh. Thông tin trên mạng xã hội ngày càng xuất hiện ồ ạt, dày đặc, không dễ dàng kiểm chứng về tính đúng - sai, thật - giả, tốt - xấu, xây dựng - chống phá,…

Facebook là một website [dịch vụ mạng xã hội](https://vi.wikipedia.org/wiki/D%E1%BB%8Bch_v%E1%BB%A5_m%E1%BA%A1ng_x%C3%A3_h%E1%BB%99i) và [truyền thông xã hội](https://vi.wikipedia.org/wiki/Truy%E1%BB%81n_th%C3%B4ng_x%C3%A3_h%E1%BB%99i) do công ty Facebook, Inc điều hành có trụ sở tại [Menlo Park, California](https://vi.wikipedia.org/wiki/Menlo_Park%2C_California). Hiện nay, facebook có lượng người dùng đứng thứ 2 trên thế giới, sau google.

Mạng xã hội nói chung, facebook nói riêng đã và đang được các cơ quan, tổ chức nhà nước tại nhiều quốc gia sử dụng một cách có hiệu quả, giúp thu hẹp khoảng cách với người dân.

Ở nước ta, một số cơ quan nhà nước ở trung ương và địa phương đang nỗ lực kết nối với người dân thông qua mạng xã hội. Từ tháng 10/2015, Chính phủ đã lập hai tài khoản Facebook là “Thông tin Chính phủ” và “Diễn đàn Cạnh tranh quốc gia” với kỳ vọng giúp người dân tiếp cận kịp thời các văn bản, quy phạm pháp luật mới ban hành; thông tin thời sự chính trị, kinh tế - xã hội,...; hoạt động của lãnh đạo Đảng, Nhà nước...

Việc làm này không chỉ đáp ứng nhu cầu thông tin của người dân, mà còn khuyến khích người dân đồng hành cùng Chính phủ, góp phần thiết thực định hướng dư luận trên mạng xã hội. Đây cũng được coi là kênh giám sát dư luận xã hội hiệu quả, từ đó các cơ quan ban hành chính sách lắng nghe và có những điều chỉnh phù hợp với thực tế đời sống, nguyện vọng của nhân dân.

Nhiều cấp, ngành ở địa phương cũng tận dụng những ưu thế của facebook để giải quyết công việc và kết nối thông tin đến mọi tầng lớp nhân dân. UBND thành phố Hà Nội đã ban hành quyết định về việc cung cấp thông tin chỉ đạo điều hành đến các tổ chức, doanh nghiệp và người dân trên trang facebook có tên “Thủ đô Hà Nội - Việt Nam”.

Hiện nay, các phần tử xấu và các thế lực thù địch đã sử dụng facebook để tuyên truyền, kích động, phao tin, đặt điều vu cáo các lãnh đạo của Đảng, Nhà nước ta. Theo thống kê của Bộ Thông tin và Truyền thông, chỉ trong ba tháng đầu năm 2017 đã phát hiện 130 tài khoản giả mạo và 58 trang phản động, chống phá Đảng, Nhà nước, kích động nhân dân tham gia các hoạt động sai trái; nhen nhóm thành lập các tổ chức phản động, lưu vong.

Đối với vấn đề công nhân, công đoàn, trang Lao động Việt có 5.598 thành viên, tiếp cận và thu hút công nhân bằng nội dung 2 mục: Tư vấn pháp luật miễn phí cho công nhân Việt Nam; những hạn chế của công đoàn, những bức xúc… của công nhân. Các thành viên của Lao động Việt, như: facebook Ca Dao Lê Phú (có 2.247 người theo dõi); Tường An (2.151 người theo dõi)… đã chia sẻ nhiều thông tin vào các hội, nhóm để lôi kéo công nhân tham gia trang Lao động Việt và tự lập ra các trang để tập hợp công nhân ở một số địa phương, ngành, như: Công nhân cao su…

Trang Phong trào Lao động Việt có 3.778 người thành viên. Thành viên của Phong trào Lao động Việt kết bạn với facebook của công nhân, theo dõi hoạt động và lợi dụng công nhân chia sẻ những bức xúc để tiếp cận, thu thập thông tin và đăng lên trang với nội dung kêu gọi bảo vệ quyền lợi của công nhân, như: Thư gửi đến Nike và Adidas về việc yêu cầu bảo vệ công nhân Pouchen – Biên Hòa, Đồng Nai… Không ít công nhân, thậm chí có cả cán bộ công đoàn do ý thức ở nhiều mức độ khác nhau đã tương tác với các trang này nhưng cũng chưa tạo được ảnh hưởng lớn.

Ngoài ra, còn có rất nhiều các trang thường xuyên đưa thông tin chống đối Đảng, Nhà nước, như Việt Tân (gần 1,4 triệu thành viên)…

**2. Thực trạng sử dụng mạng xã hội facebook của công nhân hiện nay**

Cả nước hiện có hơn 21 triệu công nhân nhưng chỉ có một bộ phận được tiếp nhận thông tin tại nơi làm việc qua trao đổi truyền thống như tuyên truyền miệng, phát tờ rơi, tờ gấp, phát thanh nội bộ… Thông tin đến với công nhân còn thiếu, một chiều, nhất là những thông tin gắn liền với chế độ, chính sách an sinh xã hội, quyền lợi và trách nhiệm của người lao động.

Khảo sát của Viện Công nhân và Công đoàn năm 2017cho thấy, trên 85% công nhân sử dụng điện thoại, trên 50% công nhân chi phí từ 50 – 100 nghìn đồng/tháng cho khoản này. Theo Viettime, Việt Nam hiện có gần 132 triệu thuê bao di động, 38 triệu người dùng mạng xã hội, trong đó có 94% sử dụng điện thoại để vào mạng xã hội hàng ngày[[1]](#footnote-1).

Mạng xã hội facebook với nhiều tính năng vượt bậc, như: chat, chia sẻ dữ liệu, kết nối bạn bè và cho phép các thành viên tự tìm kiếm, phát triển các ứng dụng trên trang cá nhân, đặc biệt là tính lan truyền và ẩn danh nên thu hút người sử dụng, trong đó có lực lượng đông đảo CNLĐ. Facebook cho biết, tại Việt Nam hiện có 64 triệu tài khoản facebook và mỗi người dùng sử dụng từ 2-4 tiếng/ngày để xem và tương tác trên mạng xã hội này.

Hiện nay, đa số các công ty lớn đều có trang facebook công khai, tự phát do công nhân lập ra, như: Sam sung Thái Nguyên (5.759 thành viên), Sam sung display Việt Nam (81.333 thành viên), Anh em pouchen (12.000 thành viên), Công ty cổ phần than Cao sơn (3.543 thành viên)... Bên cạnh đó còn có các nhóm kín, như: Ace Tinh Lợi GR (36.615 thành viên), Góc chia sẻ công nhân trên mọi miền đất nước (1.222 thành viên), Hội công nhân giày da Sao vàng…

Phạm vi rộng hơn, công nhân cũng tập hợp nhau thành nhóm trên facebook theo địa phương, theo KCN, như: Hội công nhân KCN Bắc Thăng Long (51.142 thành viên), Công nhân KCN Mỹ Phước Club (15.458 thành viên), Công nhân Bình Dương (3.188 thành viên), Khu công nghiệp VISIP Hải Phòng (3.646 thành viên), Công nhân khu công nghiệp Phú Bài Huế (4.471 thành viên)… Các trang facebook cộng đồng như Bien Hoa Young (360.247 thành viên), Người Đồng Nai (357.407 thành viên), Yêu Đà Nẵng (345.534 thành viên)… cũng có nhiều CNLĐ tham gia; là nơi để công nhân cập nhật, chia sẻ thông tin, hình ảnh cá nhân, những sinh hoạt, đời sống hàng ngày; bày tỏ quan điểm, thái độ về công việc, về chế độ, chính sách của Nhà nước…

Những bức xúc về tiền lương, thu nhập, bảo hiểm y tế, bảo hiểm xã hội, thời giờ làm việc, bữa ăn ca… khi được đăng tải có nhiều lượt tương tác, tiếp cận của công nhân. Nhiều vụ đình công, ngừng việc trên địa bàn cả nước được chính công nhân quay video phát trên facebook cá nhân, youtube, như: 600 công nhân Công ty TNHH Nam Phương (TP. Hồ Chí Minh) ngừng việc do bi nợ lương, 450 lao động tại Công ty TNHH Việt Nam Kanzaki (Đà Nẵng) phản đối vì bị chuyển tiền thưởng Tết, hàng nghìn công nhân Công ty TNHH KL Texwell Vina (Đồng Nai) bị nợ lương và 14 nghìn công nhân công ty TNHH Pouchen (Đồng Nai) ngừng việc phản đối thang, bảng lương…

**3. Thực trạng công tác tuyên truyền của công đoàn trên facebook.**

Tháng 8 năm 2017, Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn bắt đầu thiết lập tài khoản trên mạng xã hội facebook với 3 loại hình phổ biến là: profile (hồ sơ) Tổng Liên đoàn; fanpage (trang quảng bá) Công đoàn Việt Nam, nhóm (group) Đời sống công nhân để truyền tải các thông tin về hoạt động công đoàn, đời sống công nhân; chính sách pháp luật lao động. Đến nay, số lượng thành viên tham gia trang Công đoàn Việt Nam, nhóm Đời sống công nhân gần 4.000 người; profile Tổng Liên đoàn là 5.000 người. Tại các trang trên, thí điểm triển khai các hoạt động và kết quả ban đầu như sau:

*- Cập nhật thông tin, tuyên truyền về* các chủ trương mới của Tổng Liên đoàn; quan điểm của Tổng Liên đoàn trong bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng của người lao động; tuyên truyền, phổ biến pháp luật; phong trào CNVCLĐ và hoạt động công đoàn cả nước… Số người tiếp cận thông tin từ trang Công đoàn Việt Nam trung bình 1 tuần là hàng chục nghìn lượt người với hàng nghìn lượt tương tác.

*- Thí điểm hoạt động tư vấn*: Ban Quản trị trang Công đoàn Việt Nam tiếp nhận câu hỏi của cán bộ, đoàn viên công đoàn, CNVCLĐ gửi đến các Ban chức năng của Tổng Liên đoàn để chuẩn bị nội dung và trả lời trong 24h. Tính đến hết tháng 4/2018, đã có 40 trường hợp cán bộ công đoàn, CNVCLĐ được tư vấn, giải đáp về chính sách, pháp luật qua dòng trạng thái và tin nhắn của facebook. Trường hợp của công nhân Lê Thị Mỹ Siêng - Nhân viên thiết kế vẽ tay và phiên dịch tại Cty TNHH Grand Art (Khu công nghiệp Bến Cát – tỉnh Bình Dương) mang thai 20 tuần 4 ngày bị công ty buộc nghỉ thai sản sớm so với quy định nội bộ gần 2 tháng và chỉ được chi trả 50% lương cơ bản. Sau khi có nội dung tư vấn của Ban quan hệ lao động, trang Công đoàn Việt Nam đã trả lời; cung cấp thông tin liên hệ của công đoàn khu công nghiệp Bến Cát để được hỗ trợ; đồng thời theo dõi, đôn đốc việc giải quyết chế độ, chính sách, đảm bảo quyền lợi hợp pháp, chính đáng cho công nhân. Kết quả, công ty Grand Art đã đồng ý chi trả 100% lương cho chị Siêng. Trường hợp anh Huỳnh Lê Dũng làm việc tại Cty CP Hòa Việt (đóng tại TP.Biên Hòa, Đồng Nai) bị điều chuyển sang một vị trí không đúng với thỏa thuận trong hợp đồng lao động, trang Công đoàn Việt Nam đã chuyển về Trung tâm tư vấn pháp luật của LĐLĐ tỉnh Đồng Nai, báo Lao động để phản ánh và trợ giúp pháp lý cho anh Dũng…

- *Tập hợp lực lượng để nắm bắt thông tin và phối hợp truyền thông:*

Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn đã lập nhóm kín trên ứng dụng messeger của facebook gồm cán bộ công đoàn (Ban Tuyên giáo, Ban Chính sách pháp luật, Văn phòng…) của một số LĐLĐ tỉnh, thành phố có đông công nhân lao động như: Bình Dương, Đồng Nai, Đà Nẵng, TP. Hồ Chí Minh, TP. Hà Nội…) và phối hợp triển khai các nhiệm vụ sau:

- Phát hiện thông tin, nắm tình hình công nhân lao động và chủ động báo cáo với Thường trực LĐLĐ địa phương và với Tổng Liên đoàn (qua Ban Tuyên giáo). Tiếp cận và xây dựng lực lượng công nhân nòng cốt tại các doanh nghiệp có đông công nhân lao động để thông báo diễn biến, tình hình công nhân: Nhiều vụ ngừng việc tập thể của công nhân thời gian gần đây đều được Ban Tuyên giáo phát hiện sớm, như: vụ việc công nhân công ty Pouchen ngừng việc phản đối thang bảng lương mới….; thăm dò ý kiến của công nhân về những thay đổi trong chế độ, chính sách của Nhà nước liên quan trực tiếp đến quyền lợi của người lao động, như đề xuất của Bộ Lao động Thương binh và Xã hội về Nghị định số 49/2013/NĐ-CP ngày 14-5-2013 của Chính phủ quy định chi tiết thi hành một số điều của Bộ luật Lao động về tiền lương… Đặc biệt, từ ngày 4/6/2018, Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn đã phát hiện các phần tử xấu lôi kéo, kích động công nhân tham gia các hoạt động trái pháp luật thông qua mạng xã hội facebook, trong đó trọng điểm là công nhân các tỉnh TP. Hồ Chí Minh, Đồng Nai (gửi tin nhắn đến tài khoản facebook của công nhân), Bình Dương (đăng video, bài kêu gọi vào các nhóm facebook của công nhân có lượng thành viên lớn như: Công nhân khu công nghiệp Mỹ Phước, Công nhân Bình Dương…)…Khoảng 13h30’, ngày 9/6/2018 phát hiện công nhân Công ty Pouyen (TP. Hồ Chí Minh) livestream ngừng việc phản đối Luật đơn vị hành chính – kinh tế đặc biệt (mà công nhân và người dân gọi là Luật Đặc khu), Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn đã chuyển thông tin qua nhóm kín về các LĐLĐ địa phương thông qua các thành viên của nhóm; thông tin đến Ban Quan hệ Lao động, đồng thời báo cáo Thường trực Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn

- Đề xuất, trao đổi và phối hợp thực hiện các giải pháp để tuyên truyền, vận động công nhân, đấu tranh phản bác thông tin xấu trên mạng xã hội facebook, như: các cuộc ngừng việc của công nhân công ty Texwell (Đồng Nai), Pouchen (Đồng Nai), Kannazy (Đà Nẵng), Yamani Dynasty (Nam Định), Swimax (Thanh Hóa)…

*- Tổ chức chiến dịch truyền thông mạng xã hội facebook góp phần ổn định tình hình công nhân lao động tại các điểm nóng*

Thông qua ứng dụng chạy quảng cáo của facebook, Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn đã triển khai chiến dịch truyền thông để phổ biến thông tin từ Tổng Liên đoàn đến đoàn viên công đoàn, CNLĐ nhanh hơn, rộng hơn. Cụ thể, với 2 sản phẩm là Lời kêu gọi của Chủ tịch Tổng Liên đoàn đến đoàn viên công đoàn, CNLĐ toàn quốc (bản tex và video) trong vòng 12h (từ 20h ngày 15/6 đến 8h ngày 16/6/2018) đến đông đảo cộng đồng sử dụng facebook có độ tuổi từ 18-35 của 11 địa phương là Hà Nội, Thái Bình, Quảng Ninh, Thanh Hóa, Nghệ An, Đà Nẵng, Tp Hồ Chí Minh, Bình Dương, Đồng Nai, Tây Ninh, Long An. Kết quả như sau:

 Video có 53.000 lượt xem, 159.833 lượt tiếp cận, 549 lượt chia sẻ, 552 tương tác bình luận. Cơ cấu tuổi, giới tính tiếp cận video như sau: Độ tuổi từ 18-35 có 32% là nữ tương tác với bài viết (tương đương 10.196 người), 68% là nam tương tác với bài viết (tương đương 21.568 người). Cũng trong độ tuổi từ 18-35 có 34% lượt tiếp cận là nữ (tương đương 36.080 người), 66% là nam (69.601 người tương tác bài viết). Trong đó, TP. Hà Nội: có 13.168 lượt tiếp cận; TP. Hồ Chí Minh có: 15.600 lượt tiếp cận, tỉnh Tiền Giang có 1.149 lượt tiếp cận; tỉnh Thanh Hóa có 4.304 lượt tiếp cận; tỉnh Quảng Ninh có 2.636 lượt tiếp cận, TP. Đà Nẵng có 2.638 lượt tiếp cận, tỉnh Đồng Nai có 4.106 lượt tiếp cận, tỉnh Bình Dương có 3.555 lượt, tỉnh Nghệ An có 4.416 lượt tiếp cận; tỉnh Thái Bình có 1.140 lượt tiếp cận và tỉnh Long An có 800 lượt tiếp cận.

- Lời kêu gọi bản tex có tổng số lượt tiếp cận là 86.968; tương tác với bài viết là 1.463; chia sẻ 333 lượt. Độ tuổi từ 18-25: có 1.146 lượt tương tác, đã tiếp cận được 25.424; độ tuổi từ 25-35 có 319 lượt tương tác, 6.188 lượt tiếp cận***.*** Tại Đồng Nai như sau: số lượt tương tác là 833; số lượt tiếp cận là 17.970; tại Bình Dương tương tác là 630, tiếp cận là 13.529 người.

Việc sử dụng mạng xã hội facebook đã góp phần đưa thông tin chính thống từ Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam đến cộng đồng xã hội, trong đó có có đối tượng là đoàn viên công đoàn, CNVCLĐ, đo đếm được số lượng và có được thông tin phản hồi chính xác từ phía người tiếp nhận, qua đó thể hiện vai trò, trách nhiệm của tổ chức Công đoàn Việt Nam với đoàn viên công đoàn, CNLĐ, với đất nước.

**4. Tính cấp thiết của việc xây dựng Đề án**

Những thách thức của tình hình mới, yêu cầu của cách mạng công nghiệp lần thứ tư (4.0), trình độ dân trí ngày càng cao và dân chủ xã hội ngày càng mở rộng đang kéo theo những góc nhìn, những tâm trạng xã hội đa chiều, cả tích cực và tiêu cực.

Ở Việt Nam, facebook đang được dùng làm nơi bộc lộ chia sẻ mọi vấn đề của đời sống ở nhiều góc độ, khó thẩm định, thậm chí tính chính xác của thông tin hoàn toàn phụ thuộc vào đạo đức và trình độ thẩm định của người dùng.

Hiện nay, có gần 100 công đoàn từ cấp tỉnh, ngành đến cơ sở đã lập facebook để kết nối với trang Công đoàn Việt Nam, kết bạn với công nhân và thực hiện tuyên truyền về hoạt động công đoàn, tư vấn pháp luật cho đoàn viên, CNVCLĐ. Dù không phải bất kỳ hoạt động nào cũng có thể công khai trên facebook nhưng thực sự việc sử dụng facebook trong kết nối với CNLĐ đã đem lại hiệu quả. Nhờ kênh thông tin này, công đoàn dễ dàng hiểu được cuộc sống của CNLĐ, nắm bắt được tâm trạng, sự bức xúc hoặc lo lắng của họ.

Cán bộ công đoàn, các CĐCS tham gia mạng xã hội nhiều nhưng tự phát, không ít người e ngại mở rộng trang, nhóm vì sợ không kiểm soát được và nếu bị mất quyền kiểm soát sẽ rất nguy hiểm. Tuy nhiên, nếu e ngại mặt tiêu cực mà không tận dụng thế mạnh của mạng xã hội để tiếp cận và cung cấp thông tin chính thống đến công nhân thì công đoàn sẽ thiếu một kênh tuyên truyền, định hướng thông tin đang khá phổ biến.

Thời gian tới đất nước hội nhập sâu rộng, thực hiện Hiệp định Đối tác Toàn diện và Tiến bộ xuyên Thái Bình Dương (CPTPP) tổ chức Công đoàn Việt Nam của giai cấp công nhân sẽ có những khó khăn, thách thức mới.

Việc cán bộ công đoàn cập nhật, thích ứng với xu hướng của công nghệ, tận dụng tốt lợi ích của mạng xã hội facebook sẽ kết nối rộng rãi với đoàn viên, CNLĐ; gặp gỡ, giao lưu với những người có cùng sở thích hay quan điểm để xây dựng mối quan hệ tốt đẹp hơn hay hợp tác với nhau nhiều mặt; cập nhật và chia sẻ thông tin nhanh nhất về phong trào CNVCLĐ và hoạt động công đoàn từ cấp Tổng Liên đoàn đến cấp cơ sở. Đây là một trong những yếu tố quan trọng nhất cho công tác tuyên truyền đến các đối tượng của mình.

Bên cạnh đó, thông qua trang mạng xã hội facebook, công đoàn có thể nắm bắt, phân tích, dự báo tình hình tâm tư, nguyện vọng của đoàn viên, CNVCLĐ, nhất là CNLĐ trực tiếp sản xuất để tham mưu, đề xuất xử lý các vấn đề của đoàn viên, CNLĐ. Việc này không chỉ giúp hoạt động công đoàn đa dạng hơn mà còn giúp cán bộ công đoàn hiểu đoàn viên của mình hơn, kịp thời bảo vệ quyền, lợi ích của đoàn viên khi cần.

Trong xu thế phát triển chung, từ những phân tích thực tế trên đây, việc xây dựng Đề án “Công đoàn Việt Nam tuyên truyền, vận động công nhân lao động trên mạng xã hội” là tất yếu. Trong giai đoạn hiện nay, lựa chọn mạng xã hội facebook để tiến hành Đề án, song song với đó là thí điểm tạo kênh tuyên truyền bằng video trên youtube. Trong tương lai, nếu có thay đổi về công nghệ sẽ có điều chỉnh phù hợp với thực tế.

**II. CĂN CỨ XÂY DỰNG ĐỀ ÁN:**

**-** Kết luận số 100-KL/TW ngày 18/8/2014 của Ban Bí thư Trung ương Đảng về việc “Đổi mới và nâng cao chất lượng công tác điều tra, nắm bắt, nghiên cứu dư luận xã hội”.

- Đề án số 01/ĐA-MTTQ-BBT ngày 05/05/2015 của Ban Thường trực Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam về “Đổi mới công tác thông tin, tuyên truyền của Mặt trận Tổ quốc Việt Nam”.

- Kế hoạch số 05/KH-TLĐ ngày 02/02/2018 của Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam về thực hiện một số giải pháp để đảm bảo an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội trong các cuộc ngừng việc tập thể và đình công.

**III.THUẬN LỢI VÀ KHÓ KHĂN**

**1. Thuận lợi**

- Ban chỉ đạo chống “diễn biến hòa bình” trên lĩnh vực tư tưởng, văn hóa của Trung ương, của địa phương, của quân đội, công an (gọi tắt là Ban chỉ đạo 94) được thành lập là thuận lợi khi triển khai nhiệm vụ phối hợp với các cơ quan chức năng thực hiện đấu tranh phản bác các thông tin tiêu cực về công nhân, công đoàn trên internet và mạng xã hội facebook.

- Số cán bộ công đoàn có tài khoản facebook với lượng thành viên lớn nên thông tin từ Tổng Liên đoàn xuống cơ sở và CNLĐ nhanh. Bên cạnh đó, cán bộ công đoàn cơ sở (từ tổ phó công đoàn trở lên) trong các doanh nghiệp là người gần gũi, làm việc hàng ngày cùng công nhân nên việc tiếp cận và truyền tải thông tin đến công nhân thuận lợi hơn. Đây là ưu thế vượt trội của tổ chức Công đoàn Việt Nam.

**2. Khó khăn**

a) Về nhân sự:

- Hiện nay CNLĐ rất thiếu và cần thông tin về chính sách pháp luật, nhất là những nội dung liên quan đến quyền, lợi ích của mình nên có xu hướng trao đổi, hỏi nhau trên facebook sau thời gian làm việc hoặc giờ nghỉ ca. Nếu tổ chức Công đoàn Việt Nam “bỏ trống mặt trận” này sẽ mất đi cơ hội tiếp cận gần hơn với đoàn viên công đoàn và CNLĐ nhưng nếu triển khai thì nguồn nhân lực hiện có đang thiếu và yếu.

- Các nội dung truyền tải trên mạng xã hội facebook nói chung, các trang của công đoàn nói riêng cần “hấp dẫn và thu hút”, thời gian trả lời, tương tác với các vấn đề của người dùng facebook cần đầy đủ và chính xác nhưng phải nhanh chóng, kịp thời. Tuy nhiên, nhân sự đủ năng lực, đáp ứng yêu cầu cho công việc này tại Ban tuyên giáo Tổng Liên đoàn hiện nay chưa có hoặc còn hạn chế nhiều mặt, như: Làm việc kiêm nhiệm dẫn đến khó khăn về phát triển, thu hút thành viên tham gia, nhất là với đối tượng là đoàn viên công đoàn, CNLĐ trẻ; về nghiên cứu chuyên sâu để viết, tham gia bình luận phản bác các thông tin chưa đúng về công nhân và tổ chức Công đoàn Việt Nam; về khả năng thích ứng với công nghệ phục vụ cho công tác truyên truyền, vận động CNLĐ trên mạng xã hội facebook.

b) Về kinh phí:

Việc quản lý công nghệ để tránh bị xâm nhập, mất quyền kiểm soát và duy trì nhân sự hoạt động, đầu tư trang thiết bị ban đầu cần nguồn kinh phí lớn.

c) Về nhận thức:

- Quan điểm về cách ứng xử của cán bộ công đoàn trước các thông tin phản hồi trái chiều của công nhân; của cộng đồng sử dụng mạng xã hội facebook còn nhiều hạn chế.

- Nhiều cán bộ công đoàn từ Tổng Liên đoàn đến cơ sở chưa được trang bị kiến thức, kỹ năng sử dụng mạng xã hội, hiểu biết về công nghệ thông tin.

**IV. MỤC TIÊUCỦA ĐỀ ÁN:**

**1. Mục tiêu tổng quát:**

Tăng cường tương tác với đoàn viên, CNLĐ trên mạng xã hội facebook, qua đó tuyên truyền, vận động công nhân lao động gia nhập Công đoàn Việt Nam; đồng thời chủ động, tích cực tham gia các phong trào, hoạt động do Công đoàn Việt Nam tổ chức.

**2. Mục tiêu cụ thể:**

Sau 1 năm triển khai Đề án, hệ thống mạng xã hội facebook từ Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam (Tổng Liên đoàn) đến Liên đoàn Lao động (LĐLĐ) địa phương, công đoàn ngành đạt từ 100.000 người theo dõi trở lên.

 Hình thành đội ngũ cán bộ công đoàn là cộng tác viên trên facebook để tiếp cận và tương tác trực tiếp, hàng ngày với đoàn viên, CNLĐ; nắm bắt tình hình tư tưởng, tiếp nhận và xử lý thông tin của đoàn viên, CNLĐ; chia sẻ, hỗ trợ và phối hợp thực hiện phản bác thông tin xấu, độc về công nhân và tổ chức Công đoàn Việt Nam trên internet và mạng xã hội.

**V. NHIỆM VỤ VÀ GIẢI PHÁP THỰC HIỆN ĐỀ ÁN**

Facebook cung cấp các bộ tính năng khác nhau cho mỗi đối tượng người dùng, gồm facebook profile (hồ sơ, trang cá nhân); facebook fanpage (trang quảng bá); facebook group (các nhóm). Mỗi tính năng có những ưu điểm riêng, hỗ trợ cho nhau trong quá trình truyền tải thông tin và tương tác với người dùng.

Đề án này sử dụng cả 3 tính năng trên để lập tài khoản, trang chính danh, nhóm ẩn danh. Sơ đồ hệ thống từ Tổng Liên đoàn đến LĐLĐ địa phương, Công đoàn ngành được mô tả và chú thích từ ngữ[[2]](#footnote-2) như sau:

**Account**

**Account**

**Account**

**Account Tổng Liên đoàn**

**(Profile)**

**Page Công đoàn Việt Nam**

**Group Đời sống công nhân**

**Page**

**LĐLĐ tỉnh/TP.**

**Page**

**LĐLĐ tỉnh/TP**

**Group**

**LĐLĐ tỉnh/TP**

**Group**

**LĐLĐ tỉnh, TP**

**Acc**

**LĐLĐ tỉnh/TP**

share

Acc comment

share

Acc comment

share

Acccomment

Acc comment

share

Acc comment

**Acc**

**LĐLĐ tỉnh/TP**

1. **Đối với Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam**

***1.1. Đảm bảo an toàn thông tin cho trang chính danh, ẩn danh của Tổng Liên đoàn****:* Tổng Liên đoàn phối hợp với Cục an toàn thông tin, Bộ Thông tin và truyền thông triển khai thực hiện. Cụ thể như sau:

- Tổng Liên đoàn có 01 trang tên “Công đoàn Việt Nam” và 01 nhóm “ẩn danh” tên “Đời sống công nhân” được lập từ tài khoản “Tổng Liên đoàn”[[3]](#footnote-3).

Đối tượng: cán bộ, đoàn viên công đoàn và CNLĐ và người sử dụng facebook; không phân biệt giới tính; có sở thích xem tin tức hàng ngày, quan tâm đến các vấn đề về công nhân, người lao động và Công đoàn Việt Nam.

- Triển khai các giải pháp chuyên biệt, bảo vệ các tài khoản, trang, nhóm của Tổng Liên đoàn không bị xâm nhập, chiếm quyền điều khiển hoặc lợi dụng để đưa lên các thông tin chống phá, xấu độc:

+ Thiết lập, cấu hình xác thực và bảo mật mức cao cho tài khoản facebook, tài khoản mail sử dụng đăng ký tài khoản; thiết lập, điều chỉnh các cấu hình và tính năng hỗ trợ việc bảo mật cho tài khoản thường xuyên.

+ Kiểm tra, giám sát định kỳ liên tục đối với tài khoản facebook và page facebook để ngăn ngừa các tấn công chiếm quyền; các link và file được gửi đến tài khoản nhằm tránh việc lợi dụng tấn công. Giám sát và rà soát các tài khoản, fage, group giả mạo để xử lý.

- Thực hiện chế độ kiểm duyệt nội dung bình luận để hạn chế các bình luận phản bác, chống phá, thông tin độc hại, nhất là khi số lượng các bình luận nhiều, không đủ nhân sự chuyên trách để lọc: Cho phép quản trị nhiều fanpage trên cùng một giao diện tập trung; tự động thu thập toàn bộ bình luận và tự động ẩn những bình luận sai quy định; bộ lọc theo từ khóa đa dạng và được cập nhật thường xuyên theo diễn biến thời sự và yêu cầu của các cơ quan chức năng; tiết kiệm thời gian kiểm duyệt các bình luận trái quy định.

***1.2. Xây dựng nhân sự quản lý trang Công đoàn Việt Nam và cộng tác viên mạng xã hội facebook:*** Tổng Liên đoàn triển khai thực hiện với các giải pháp như sau:

*1.2.1. Nhân sự quản lý trang Công đoàn Việt Nam (Ban quản trị)*: là cán bộ, chuyên viên của Tổng Liên đoàn, công đoàn một số địa phương, ngành; luật sư công đoàn; phóng viên báo chí công đoàn. Cụ thể như sau:

a) Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn:

- Trước mắt, phân công từ 02-03 người kiêm nhiệm theo dõi, phụ trách cập nhật thông tin, duy trì kết nối và quản trị trang; đồng thời sử dụng 02 tài khoản cá nhân ẩn danh; 03 tài khoản cá nhân chính danh để tranh luận chính thống trên mạng xã hội facebook.

- Sau khi trang hoạt động ổn định, nhiều thành viên, Ban Tuyên giáo tuyển dụng 01 vị trí chuyên viên mạng xã hội. Cụ thể như sau:

|  |  |
| --- | --- |
| **MÔ TẢ CÔNG VIỆC** | **YÊU CẦU VỊ TRÍ** |
| - Xây dựng chiến lược tuyên truyền trên mạng xã hội qua các bước: nghiên cứu nhu cầu thông tin, xác định kênh tiếp cận, định vị sản phẩm truyền thông và xác định đối tượng tiếp cận- Viết bài đăng tương tác (dạng text, ảnh, video hoặc HTML) để tạo kết nối với công nhân và cộng đồng mạng ảo.- Kiểm duyệt bài đăng của người dùng phù hợp với chính sách kiểm duyệt của cộng đồng | - Ít nhất 2 năm kinh nghiệm sử dụng công cụ mạng xã hội- Tốt nghiệp chuyên ngành Báo chí, truyền thông.- Hiểu biết về truyền thông trực tuyến- Có khả năng viết, thuyết trình, tư vấn và giao tiếp tốt- Có khả năng quản lý và làm nhiều việc cùng lúc- Sử dụng tốt tiếng anh |

b) Các Ban, đơn vị của Tổng Liên đoàn phân công 01 người (có sử dụng mạng xã hội) là thành viên của trang; chủ động cung cấp thông tin, trả lời nội dung liên quan đến lĩnh vực chuyên môn của Ban do đoàn viên, CNLĐ gửi đến.

*1.2.2. Xây dựng đội ngũ cộng tác viên mạng xã hội facebook:*

a) Tiêu chuẩn và số lượng: là cán bộ công đoàn các cấp, đoàn viên công đoàn là CNLĐ nòng cốt trong các doanh nghiệp; có tâm huyết, nhiệt tình với công việc; am hiểu nhất định về công nghệ thông tin và mạng xã hội…

Mỗi địa phương phân công 5 cán bộ công đoàn cấp tỉnh, khu công nghiệp, CĐCS, công nhân nòng cốt tham gia cộng tác viên mạng xã hội facebook của Tổng Liên đoàn. Từ đội ngũ này, Tổng Liên đoàn lựa chọn 01 người tham gia thành viên Ban quản trị trang Công đoàn Việt Nam.

b) Quyền lợi của Ban quản trị và đội ngũ cộng tác viên mạng xã hội facebook: Thực hiện chế độ phụ cấp vận dụng theo quy định tại hướng dẫn của Ban Tuyên giáo Trung ương về việc thực hiện Kết luận số 100-KL/TW của Ban Bí thư Trung ương Đảng[[4]](#footnote-4); thưởng đột xuất cho những thông tin chính xác, có giá trị liên quan đến điểm nóng của công nhân.

c) Nhiệm vụ:

- Nắm chắc, nhận định đúng tình hình công nhân; tiếp nhận, xác minh, báo cáo và đề xuất giải pháp xử lý thông tin phản ánh của đoàn viên, CNLĐ, nhất là ở những nơi xảy ra “điểm nóng” trong quan hệ lao động.

- Tiếp cận với công nhân là quản trị các trang và các trang đang được công nhân tin cậy để nắm tâm tư, tham gia hỗ trợ xử lý các vấn đề bức xúc, tạo uy tín và từng bước chuyển hoá trang của công nhân thành tiếng nói của Công đoàn Việt Nam; đưa thông tin về Công đoàn Việt Nam vào các trang còn lại.

- Tuyên truyền những thông tin, viết bài tạo dư luận tốt; thâm nhập nắm thông tin và dẫn dắt thông tin bác bỏ những luận điệu sai trái, kích động công nhân; đồng thời sử dụng nguồn tài liệu, thông tin đã được phổ biến trên các trang thông tin chính thống.... để giải thích tuyên truyền đến công nhân hiểu.

Tổng Liên đoàn phối hợp với Ban chỉ đạo 94 của Trung ương, của Quân đội và Công an thực hiện các giải pháp kỹ thuật để quản lý lực lượng cộng tác viên. Chia sẻ, hỗ trợ và phối hợp với các cơ quan chức năng có liên quan trong đấu tranh phản bác thông tin xấu, độc về công nhân và tổ chức công đoàn Việt Nam trên internet và mạng xã hội.

***1.3. Tổ chức hoạt động của trang Công đoàn Việt Nam****:*

*-* Xây dựng và phát triển nội dung của trang theo hướng cung cấp các thông tin chính thống về công nhân, công đoàn; chế độ, chính sách liên quan đến quyền lợi của người lao động; phúc lợi của doanh nghiệp, của công đoàn; phản ánh đời sống công nhân (bữa ăn ca, nhà ở, việc làm),… Các thành viên của trang, đội ngũ cộng tác viên tương tác với người dùng facebook.

- Thực hiện quảng cáo bài viết thể hiện quan điểm của Tổng Liên đoàn trong việc tham gia xây dựng, hoàn thiện chính sách pháp luật liên quan trên lao động và công đoàn; tổ chức các trò chơi trên mạng (Minigame) và trao thưởng; phát các video, phim tư liệu của tổ chức Công đoàn Việt Nam nhằm tăng tương tác trên trang và nâng cao hiệu quả trong công tác tuyên truyền của trang.

- Tổ chức chương trình video trực tuyến (livestream) trực tiếp trả lời các câu hỏi của đoàn viên công đoàn, CNVCLĐ; xây dựng các video tuyên truyền phát đồng thời trên fanpage và youtube Công đoàn Việt Nam.

- Tiếp nhận câu hỏi, ý kiến, nguyện vọng; tư vấn chính sách, pháp luật trực tuyến qua kênh tin nhắn và dòng trạng thái của facebook dựa trên ứng dụng trí tuệ nhân tạo để trả lời và hỗ trợ trả lời tự động (như tổng đài hỗ trợ) nhất là khi số lượng tin nhắn yêu cầu tư vấn của công nhân nhiều, không đủ nhân sự để tư vấn riêng từng trường hợp.

**2. Đối với các công đoàn địa phương, ngành:**

***2.1. Giải pháp chung:***

- Các công đoàn địa phương, ngành lập 01 trang, 01 nhóm trên nền tảng 01 tài khoản mang tên Liên đoàn Lao động, Công đoàn ngành; thông báo và đăng ký với Tổng Liên đoàn về tên gọi của trang, nhóm đó.

Phấn đấu, trung bình hàng tháng phát triển ít nhất 1.500 lượt thích và người theo dõi trang chính thống này của công đoàn địa phương, ngành.

- Trang, nhóm của công đoàn địa phương và ngành liên kết với các trang chính danh, nhóm “ẩn danh” của Tổng Liên đoàn thông qua các tài khoản facebook cá nhân của cán bộ công đoàn.

- Triển khai các hoạt động của trang, như: tổ chức thông tin, tuyên truyền trên trang; chia sẻ thông tin từ trang của Tổng Liên đoàn về trang của địa phương, ngành và các hội, nhóm công nhân tại địa phương, ngành; tổ chức các cuộc thi, trò chơi; hoạt động tư vấn pháp luật….; sàng lọc, loại bỏ những bình luận tiêu cực, xấu, độc.

- Phát hiện, lựa chọn công nhân nòng cốt (có uy tín, có khả năng tập hợp công nhân khác…) để bồi dưỡng, giao nhiệm vụ lập, kết nối, tham gia các nhóm facebook công nhân tại doanh nghiệp, khu công nghiệp của địa phương, ngành. Tuyên truyền, vận động chủ doanh nghiệp ủng hộ hoạt động của các trang này.

- Yêu cầu CĐCS lập tài khoản facebook cá nhân của Chủ tịch CĐCS để kết nối với trang facebook của công đoàn địa phương, ngành, với CNLĐ của doanh nghiệp mình. Tiếp nhận, chia sẻ rộng rãi những thông tin tuyên truyền của công đoàn các cấp đến CNLĐ. Nắm bắt tư tưởng của CNLĐ qua các bình luận; tổng hợp báo cáo và đề xuất các giải pháp với công đoàn cấp trên cơ sở.

***2.2. Giải pháp cụ thể****:*

*a) Giai đoạn 1* (03 tháng sau khi Đề án được phê duyệt): Thí điểm triển khai tại LĐLĐ tỉnh Đồng Nai với các hoạt động sau:

- Tập huấn cho Ban quản trị các trang, nhóm của LĐLĐ tỉnh Đồng Nai; lực lượng cộng tác viên mạng xã hội facebook tại Đồng Nai về sử dụng mạng xã hội facebook trong công tác tuyên truyền, tập hợp CNLĐ; về công tác đảm bảo an toàn thông tin…

- Phối hợp, hỗ trợ và giám sát LĐLĐ tỉnh Đồng Nai thực hiện các giải pháp chung tại mục 2.1.

- Sơ kết, đánh giá kết quả, rút kinh nghiệm sau 3 tháng thí điểm và triển khai kế hoạch hoạt động ở những tháng, quý tiếp theo.

Dự kiến kết quả sau 3 tháng: Trang của LĐLĐ tỉnh Đồng Nai có 4.500 người theo dõi trở lên.

*b)Giai đoạn 2* (03 tháng tiếp theo), triển khai tại 3 địa phương, dự kiến các tỉnh: Bình Dương, Hà Tĩnh, Hải Dương với các hoạt động như giai đoạn 1

- Dự kiến kết quả sau 6 tháng, số người theo dõi trang của các tỉnh là:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Địa phương** | **Thời gian** | **Số người theo dõi** |
| Đồng Nai | 6 tháng | 9.000 |
| Bình Dương | 3 tháng | 4.500 |
| Hà Tĩnh | 3 tháng | 4.500 |
| Hải Dương | 3 tháng  | 4.500 |
| Tổng cộng: | 22.500 |

- Sơ kết, đánh giá kết quả, rút kinh nghiệm sau 6 tháng thí điểm tại 4 địa ương và triển khai kế hoạch hoạt động cho giai đoạn 3.

*c) Giai đoạn 3* (03 tháng tiếp theo), triển khai tại 2 địa phương và 01 ngành, dự kiến gồm: TP. Hà Nội, tỉnh Thừa Thiên Huế và Công đoàn Than – Khoáng sản Việt Nam với các hoạt động như giai đoạn 1, 2.

- Sơ kết, đánh giá kết quả, rút kinh nghiệm sau 9 tháng thí điểm tại 7 địa phương và triển khai kế hoạch hoạt động cho giai đoạn 4.

Dự kiến kết quả sau 9 tháng, số người theo dõi trang của các tỉnh, thành phố, ngành như sau:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Địa phương** | **Thời gian** | **Số người theo dõi** |
| Đồng Nai | 9 tháng | 13.500 |
| Bình Dương | 6 tháng | 9.000 |
| Hà Tĩnh | 6 tháng | 9.000 |
| Hải Dương | 6 tháng | 9.000 |
| TP. Hà Nội | 3 tháng | 4.500 |
| Tỉnh Thừa Thiên Huế | 3 tháng | 4.500 |
| Công đoàn Than – Khoáng sản | 3 tháng | 4.500 |
| Tổng cộng: | 45.000 |

*d) Giai đoạn 4* (03 tháng tiếp theo): Triển khai tại 3 địa phương gồm: TP. Hồ Chí Minh, Vĩnh phúc, Công đoàn Cao su Việt Nam với các hoạt động như giai đoạn 1, 2, 3. Dự kiến kết quả trong 01 năm như sau:

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **Địa phương** | **Thời gian** | **Số người theo dõi** |
| Đồng Nai | 12 tháng | 18.000 |
| TP. Hồ Chí Minh | 9 tháng | 13.500 |
| Hà Tĩnh | 9 tháng | 13.500 |
| Hải Dương | 9 tháng | 13.500 |
| TP. Hà Nội | 6 tháng | 9.000 |
| Huế | 6 tháng | 9.000 |
| Công đoàn Than – Khoáng sản | 6 tháng | 9.000 |
| TP. Hồ Chí Minh | 3 tháng | 4.500 |
| Vĩnh Phúc | 3 tháng | 4.500 |
| Công đoàn Cao su Việt Nam | 3 tháng | 4.500 |
| Tổng cộng: | 99.000 |

- Sau khi hoàn thành thí điểm tại 10 địa phương, khuyến khích các LĐLĐ địa phương, Công đoàn ngành còn lại triển khai thực hiện. Dựa trên các giai đoạn phát triển của mạng xã hội facebook từ cấp tỉnh, ngành, Tổng Liên đoàn cơ bản nắm bắt được: Số lượng các CĐCS, hội, nhóm, thành viên… tham gia của từng đơn vị; số báo cáo về tình hình tư tưởng của đoàn viên, CNLĐ; số lượt chia sẻ, tiếp cận thông tin trên trang của Tổng Liên đoàn, của địa phương, ngành; số lượng người thích, theo dõi các trang, nhóm của Tổng Liên đoàn và của địa phương, ngành.

Song song với đó là tiến hành xây dựng nội dung tuyên truyền bằng video phát trên kênh youtube và chia sẻ về các trang, nhóm facebook của công đoàn.

**3. Phối hợp đồng bộ, hiệu quả trong hoạt động tổ chức thông tin trên các trang, nhóm, tài khoản facebook từ Tổng Liên đoàn đến các công đoàn địa phương, ngành**

Ban quản trị các tài khoản, trang, nhóm do địa phương quản lý

Tài khoản: Kết bạn

Ban quản trị các tài khoản, trang, nhóm do TLĐ quản lý

Fanpage, group: Thích, Theo dõi

Đăng tin bài (update) lên trang

Chia sẻ về trang

Sao chép nội dung

Bình luận

Gửi thông tin qua messenger

**4. Công tác thông tin, báo cáo:**

- Thực hiện thông tin, báo cáo thường xuyên, định kỳ hàng tháng kết quả triển khai công tác tuyên truyền, vận động công nhân lao động trên mạng xã hội facebook.

- Khi phát hiện, xác minh và báo cáo ngay với công đoàn cấp trên, với Tổng Liên đoàn (qua Ban Tuyên giáo) qua fax, email, SMS, qua tin nhắn trên facebook, zalo những thông tin về “điểm nóng”, về bức xúc của công nhân trong các doanh nghiệp…

**VI. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

 **1. Thường trực Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn**: Chỉ đạo, điều hành việc xây dựng và triển khai Đề án “Công đoàn Việt Nam tuyên truyền, vận động công nhân lao động trên mạng xã hội”.

**2. Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn** là bộ phận thường trực, chịu trách nhiệm chủ trì, giúp Thường trực Đoàn Chủ tịch triển khai Đề án. Trực tiếp thực hiện một số nội dung theo trình tự sau:

***- Bước 1:*** Tham mưu, đề xuất với Thường trực Đoàn Chủ tịch ban hành quyết định phê duyệt Đề án “Công đoàn Việt Nam tuyên truyền, vận động công nhân lao động trên mạng xã hội”; quyết định thành lập tổ thực hiện đề án cấp Tổng Liên đoàn gồm 2 bộ phận chuyên trách và kiêm nhiệm, cụ thể như sau:

+ Bộ phân chuyên trách gồm 4 cán bộ, chuyên viên Ban Tuyên giáo, chịu trách nhiệm về quản trị và tổ chức thông tin trên các phương tiện truyền thông.

+ Bộ phận kiêm nhiệm gồm 6 người, là cán bộ một số Ban của Tổng Liên đoàn và lực lượng cộng tác viên cấp Tổng Liên đoàn.

***- Bước 2:*** Đào tạo, bồi dưỡng, hướng dẫn triển khai thực hiện

+ Tổ chức tập huấn kỹ năng sử dụng mạng xã hội cho cán bộ công đoàn các tỉnh, thành phố, ngành.

+ Tham mưu với Thường trực Đoàn Chủ tịch ban hành hướng dẫn tuyên truyền, vận động công nhân lao động trên mạng xã hội facebook

***- Bước 3:*** Xây dựng kế hoạch triển khai hoạt động của các trang của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam:

+ Báo cáo, đăng ký với các cơ quan chức năng (Ban Tuyên giáo Trung ương, Bộ Thông tin và truyền thông, Ban chỉ đạo Trung ương 94) và Ủy ban Trung ương Mặt trận Tổ quốc Việt Nam về tên gọi của các trang do Tổng Liên đoàn quản lý.

+ Phối hợp với Cục an toàn thông tin mạng của Bộ Thông tin và Truyền Thông thực hiện các nhiệm vụ, giải pháp tại mục V, tiểu mục 1.1.

- Xây dựng các sản phẩm truyền thông về công nhân, công đoàn (bài viết, video, audio…) để đăng tải, phát trên trang Công đoàn Việt Nam, nhóm Đời sống công nhân.

**3. Ban Quan hệ lao động:**

- Phối hợp Ban Tuyên giáo thực hiện nội dung phát triển, ứng dụng mạnh mẽ mạng xã hội, nghiên cứu, đề xuất các hình thức mới nhằm nâng cao hiệu quả công tác tuyên truyền, thông tin, tư vấn, hỗ trợ pháp luật cho công nhân, người lao động (mục II, tiểu mục 2, kế hoạch số 05/KH-TLĐ ngày 02/02/2018 về thực hiện một số giải pháp để đảm bảo an ninh chính trị, trật tự an toàn xã hội trong các cuộc ngừng việc tập thể và đình công).

- Hướng dẫn quy định cụ thể về quy trình tiếp nhận, xử lý thông tin “nóng” về quan hệ lao động, về tổ chức Công đoàn Việt Nam; phối hợp thực hiện tổ chức tư vấn pháp luật trên mạng xã hội facebook.

**VII. THỜI GIAN VÀ KINH PHÍ THỰC HIỆN:**

**1. Thời gian:**

Đề án được triển khai thực hiện trong 5 năm (2018-2023). Hàng năm, có tổng kết, đánh giá hiệu quả để làm căn cứ đề xuất các hoạt động tiếp theo.

**2. Nguồn kinh phí:**

- Kinh phí để triển khai thực hiện Đề án trích từ nguồn tài chính công đoàn và các nguồn khác theo quy định của pháp luật và của Tổng Liên đoàn.

- Kinh phí hoạt động tại cấp nào do cấp đó thực hiện.

|  |  |
| --- | --- |
|  | TM. ĐOÀN CHỦ TỊCH |
|  | PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  |  |
|  | Trần Thanh Hải |

1. http://viettimes.vn/gan-36-trieu-nguoi-viet-dung-di-dong-truy-cap-mang-xa-hoi-hang-ngay-120912.html [↑](#footnote-ref-1)
2. Share: chia sẻ; Account(Profile): tài khoản cá nhân; Page: trang dành cho tổ chức, đơn vị; Group: các nhóm, hội, diễn đàn. Giữa các Page và Group có thể chia sẻ thông tin qua lại.Tất cả các Page và Group đều ngang cấp nhau.Các thông tin được trao đổi từ Group tới Page của LĐLĐ và Tổng Liên đoàn đều phải thông qua like (thích), comment (bình luận), share (chia sẻ) của các tài khoản cá nhân. [↑](#footnote-ref-2)
3. Thực hiện có hiệu quả từ giai đoạn thí điểm (tháng 8/2017 đến nay) [↑](#footnote-ref-3)
4. *Hướng dẫn số 167-HD/BTGTW ngày 26/12/2015: Cộng tác viên cấp Tổng Liên đoàn hưởng phụ cấp bằng 0,3 mức lương cơ sở/người/tháng, do Tổng Liên đoàn chi trả. Cộng tác viên cấp tỉnh, ngành hưởng phụ cấp bằng 0,2 mức lương cơ sở/người/tháng do LĐLĐ tỉnh, ngành chi trả* [↑](#footnote-ref-4)