

Số:201/KH-TLĐ

*Hà Nội, ngày 06 tháng 5 năm 2022*

## **KẾ HOẠCH**

### **Truyền thông về Chương trình “1 triệu sáng kiến nỗ lực vượt khó, sáng tạo, quyết tâm chiến thắng đại dịch Covid-19”**

Thực hiện Chương trình số 3250/CTr-TLĐ ngày 15/12/2021 và hướng dẫn số 46/HD-TLĐ ngày 30/12/2021 về tổ chức, thực hiện Chương trình “1 triệu sáng kiến nỗ lực vượt khó, quyết tâm chiến thắng đại dịch Covid-19” (sau đây gọi tắt là chương trình “1 triệu sáng kiến”), Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam ban hành kế hoạch truyền thông như sau:

#### **I. MỤC ĐÍCH, YÊU CẦU**

##### **1. Mục đích**

- Truyền thông thường xuyên về mục đích, ý nghĩa của Chương trình “1 triệu sáng kiến”, tạo sự đồng thuận và tham gia tích cực của cán bộ công đoàn, đoàn viên, công chức, viên chức, lao động (CCVCLĐ) cũng như sự ủng hộ, phát huy hiệu quả trong công tác phối hợp, tạo điều kiện của thủ trưởng cơ quan, đơn vị, người sử dụng lao động cho triển khai Chương trình “1 triệu sáng kiến” này.

- Thường xuyên bám sát cơ sở nhằm phát hiện, giới thiệu các mô hình hay, cách làm tốt của các cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp giúp cho việc nhìn nhận, đánh giá thực chất những lợi ích của sáng kiến và có những chính sách tốt hơn để động viên, khích lệ nhiều người lao động tham gia hoạt động sáng kiến.

- Lan tỏa các câu chuyện sáng kiến để thấy được sự đóng góp của tác giả và hiệu quả, giá trị xã hội của sáng kiến, từ đó thay đổi tư duy của cán bộ công đoàn, đoàn viên, CCVCLĐ và cộng đồng xã hội về sáng kiến.

- Thông qua công tác truyền thông về Chương trình “1 triệu sáng kiến” góp phần xây dựng niềm tự hào về sản phẩm mang trí tuệ của người lao động Việt Nam; khơi dậy lòng yêu nước, sức sáng tạo, ý chí tự lực, tự cường của cán bộ công đoàn, đoàn viên, CCVCLĐ cả nước đóng góp cho sự phát triển của từng cơ quan, đơn vị, doanh nghiệp và sự phát triển chung của đất nước, kịp thời thích ứng với điều kiện bình thường mới.

##### **2. Yêu cầu**

- Công tác truyền thông cần được tổ chức sâu rộng, toàn diện, thiết thực, hiệu quả, phát huy vai trò chủ lực của cơ quan báo chí, truyền thông trong hệ thống Công đoàn và trách nhiệm chủ động thông tin của cán bộ công đoàn, nhất là cán bộ công đoàn tuyên giáo, cán bộ được giao nhiệm vụ thông tin, truyền thông cho Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

- Sử dụng đồng bộ các loại hình truyền thông, kết hợp giữa truyền thông đại chúng với truyền thông trực tiếp tại cơ sở, chú trọng phát huy mặt tích cực các phương tiện truyền thông mới (mạng xã hội và mạng điện thoại di động).

## **II. ĐỐI TƯỢNG VÀ NỘI DUNG TRUYỀN THÔNG**

### **1. Đối tượng**

- 05 nhóm đối tượng theo hướng dẫn số 46/HD-TLĐ ngày 30/12/2021 về thực hiện Chương trình “1 triệu sáng kiến” (*cán bộ, công chức, viên chức, người lao động các đơn vị sự nghiệp; các cơ quan của Đảng, Nhà nước, Mặt trận Tổ quốc và các tổ chức chính trị - xã hội, trong đó có cán bộ công đoàn; công nhân lao động trong các doanh nghiệp sản xuất, kinh doanh*).

- Người đứng đầu các cấp ủy đảng, chính quyền, Thủ trưởng cơ quan, tổ chức, doanh nghiệp.

### **2. Nội dung**

a) Tuyên truyền tư tưởng của Chủ tịch Hồ Chí Minh, đó là: “Bất kỳ việc to việc nhỏ, hễ thêm điều lợi, trừ điều hại cho quần chúng, giúp quần chúng giải quyết vấn đề khó khăn, tăng kết quả của việc làm, tăng sức sản xuất của xã hội, đánh đổ sức áp bức của quân thù, đó đều là sáng kiến”; “Sáng kiến không phải cái gì kỳ lạ hay chung chung, trừu tượng mà chỉ là kết quả của sự nghiên cứu, suy nghĩ trong những hoàn cảnh, những điều kiện bình thường, rất phổ thông, rất thiết thực. Ở tầm sáng tạo lớn, có ảnh hưởng rộng là phát minh, bao hàm cả sáng chế. Ở tầm thấp hơn, nhỏ hơn thì là sáng kiến, cải tiến kỹ thuật. Tất cả đều là sản phẩm được sáng tạo ra khi cuộc sống thúc bách”.

b) Tuyên truyền chủ trương, quan điểm của Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam; mục đích, ý nghĩa của Chương trình số 3250/CTr-TLĐ ngày 15/12/2021, hướng dẫn số 46/HD-TLĐ ngày 30/12/2021 về tổ chức và thực hiện chương trình “1 triệu sáng kiến”; mục tiêu, chỉ tiêu, nội dung, giải pháp và tổ chức thực hiện ở 2 giai đoạn của Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

c) Thông tin về những cách làm sáng tạo, đột phá của các cấp công đoàn, từ sự phối hợp chặt chẽ với người sử dụng lao động trong tiếp nhận, đề xuất thực hiện ý tưởng đến công nhận sáng kiến và tổ chức khen thưởng.

Tuyên truyền về tinh thần chủ động, trách nhiệm của cán bộ công đoàn cơ sở trong vận động, đoàn viên, CCVCLĐ tham gia Chương trình.

Truyền thông phản ánh tinh thần thi đua sôi nổi, rộng khắp của từng cấp công đoàn, từng cán bộ công đoàn, đoàn viên, CCVCLĐ tham gia Chương trình.

d) Thông tin, tuyên truyền về những dấu mốc quan trọng trong kết quả đạt được, những bài học kinh nghiệm rút ra từ thực tiễn triển khai Chương trình “1 triệu sáng kiến” tại mỗi cấp công đoàn.

e) Thông tin, tuyên truyền về sáng kiến, từ nguồn gốc của những ý tưởng, sáng tạo; quá trình tìm tòi, nghiên cứu, ứng dụng sáng kiến; giá trị của sáng kiến không chỉ đóng góp cho sự phát triển của doanh nghiệp, đất nước mà đồng thời cũng là cơ hội để tăng thêm thu nhập cho cá nhân tác giả sáng kiến và cuộc sống tốt hơn cho gia đình tác giả, cho đồng nghiệp.

g) Tuyên truyền các hoạt động biểu dương, khen thưởng cho các cá nhân có sáng kiến xuất sắc, tiêu biểu tại các cấp công đoàn, nhất là công đoàn cơ sở.

h) Kịp thời phản ánh những khó khăn, vướng mắc và những bất cập, tồn tại trong quá trình triển khai thực hiện Chương trình “1 triệu sáng kiến” ở các cấp công đoàn.

### **III. GIẢI PHÁP TRUYỀN THÔNG**

#### **1. Truyền thông trên báo chí trong và ngoài hệ thống công đoàn ở Trung ương và địa phương**

- Các cấp công đoàn bám sát nội dung tuyên truyền để chủ động cung cấp thông tin và cụ thể hóa thành các sản phẩm truyền thông trên các cơ quan báo chí trong và ngoài hệ thống công đoàn ở Trung ương và địa phương.

- Tổ chức các chương trình trao đổi, câu chuyện truyền thông về sáng kiến, các phóng sự chuyên đề về sáng kiến của người lao động trong chương trình phối hợp tuyên truyền về phong trào công nhân, viên chức, lao động và hoạt động công đoàn với các đài Phát thanh, truyền hình ở Trung ương và địa phương.

#### **2. Truyền thông trên Cổng thông tin, trang thông tin điện tử của các cấp công đoàn**

- Tăng cường các bài viết chuyên sâu trong công tác chỉ đạo, điều hành của Ban Chấp hành, Đoàn Chủ tịch, Thường trực Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam, của Ban Thường vụ các cấp công đoàn; các tin tức, bài viết về các điển hình xuất sắc tiêu biểu; các mô hình hiệu quả, các giải pháp, cách làm sáng tạo của cán bộ công đoàn triển khai Chương trình “1 triệu sáng kiến”

- Khai thác bài viết chất lượng về các nội dung tuyên truyền các báo, tạp chí có uy tín để đăng tải lại theo quy định của Bộ Thông tin và Truyền thông.

#### **3. Truyền thông trên mạng xã hội**

##### **a) Thông điệp**

Truyền thông các thông điệp “Tự hào trí tuệ lao động Việt Nam”, “1 triệu sáng kiến – triệu việc tốt” của người lao động Việt Nam, qua đó khẳng định chương trình là sự thi đua giữa các đơn vị, nhưng với người tham gia Chương trình thì là niềm tự hào khi trở thành thành viên có trách nhiệm với tổ chức công đoàn, với cơ quan, đơn vị”.

b) Hình biểu tượng logo đại diện và khung ảnh Facebook đại diện cho chương trình “1 triệu sáng kiến”

- Thiết kế hình ảnh biểu tượng, khung ảnh facebook; vận động cán bộ công đoàn, đoàn viên, CNVCLĐ có tài khoản mạng xã hội (facebook, zalo) thay khung ảnh đại diện với mục tiêu quảng bá cho chương trình “1 triệu sáng kiến”

- Thiết kế banner cổ động cho chương trình “1 triệu sáng kiến” sử dụng trên các trang mạng xã hội và website của các cấp công đoàn.

- Sản xuất các tài liệu điện tử (infographic, video...) hướng dẫn quy trình cập nhật sáng kiến, quy trình phê duyệt sáng kiến...; video giới thiệu chương trình “1 triệu sáng kiến”

c) Khung thời gian và phương thức hoạt động

Truyền thông trên mạng xã hội sẽ được khởi động trên trang Facebook của các cấp công đoàn trong suốt thời gian diễn ra Chương trình “1 triệu sáng kiến”. Những thông điệp truyền thông sẽ được chia sẻ và đăng tải thường xuyên và lặp lại.

d) Xây dựng trang Zalo OA (Zalo Official Account) của Chương trình “1 triệu sáng kiến”

- Mục tiêu:

Trang mạng xã hội chính thức của Chương trình “1 triệu sáng kiến” nhằm phục vụ công tác thông tin, tuyên truyền; tạo lập và quản lý chatbot với giao diện thân thiện với cán bộ công đoàn, đoàn viên, CCVCLĐ nhằm tiết kiệm nhân lực và thời gian nhắn tin tư vấn, hướng dẫn quy trình cập nhật sáng kiến cũng như các vấn đề khác liên quan đến Chương trình.

- Cách thức:

- + Sử dụng 01 số điện thoại vừa làm đường dây nóng, vừa để thiết lập trang Zalo của Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

- + Quản trị trang Zalo cũng là các quản trị của Chương trình “1 triệu sáng kiến” chịu trách nhiệm liên quan đến công tác tư vấn, hướng dẫn quy trình cập nhật sáng kiến và cung cấp thông tin, tuyên truyền.

e) Tổ chức chương trình giao lưu, khơi dậy tiềm năng sáng tạo của người lao động

- Tên chương trình: Điềm hẹn sáng kiến

- Hình thức: Giao lưu trực tuyến trên nền tảng internet và mạng xã hội

- Nội dung: (1) Giao lưu các tác giả có sáng kiến xuất sắc ở các địa phương – phân chia theo các cụm thi đua; (2) Giao lưu với các tác giả có sáng kiến tham gia chương trình “1 triệu sáng kiến”; (3) Giao lưu với các tập thể đảm bảo các tiêu chí về số lượng và chất lượng sáng kiến tham gia Chương trình “1 triệu sáng kiến”; (4) Giao lưu với người sử dụng lao động ở doanh nghiệp có nhiều sáng kiến tham gia Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

- Thời gian: dự kiến 01 quý/cuộc. Trong đó, giai đoạn 1, dự kiến tháng 6.2022.

## **IV. TỔ CHỨC THỰC HIỆN**

### **1. Cấp Tổng Liên đoàn**

#### *1.1. Ban Tuyên giáo Tổng Liên đoàn*

- Chủ trì, theo dõi, đôn đốc các 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 triển khai kế hoạch.

- Tham mưu với Thường trực Đoàn Chủ tịch Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam trong công tác chỉ đạo các cơ quan báo chí công đoàn và phối hợp cơ quan báo chí Trung ương thông tin, tuyên truyền về Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

- Nghiên cứu đề xuất phối hợp tổ chức chương trình “Mỗi ngày 1 sáng kiến” trên Đài Truyền hình Việt Nam.

- Sản xuất tin tức, phóng sự theo chủ đề trong chương trình truyền hình “Công đoàn Việt Nam” – Thông tấn xã Việt Nam, chuyên mục “Lao động và Công đoàn” – Đài truyền hình Việt Nam và Đài Tiếng nói Việt Nam.

- Sản xuất các tài liệu điện tử (infographic, video...) hướng dẫn quy trình cập nhật sáng kiến và các sản phẩm truyền thông cổ động sử dụng trên internet và mạng xã hội.

#### *1.2. Văn phòng Tổng Liên đoàn*

Lựa chọn các điển hình tiên tiến của chương trình “1 triệu sáng kiến” để cung cấp và phối hợp với Ban Tuyên giáo tổ chức các hoạt động quảng bá trên các phương tiện truyền thông đại chúng.

#### *1.3. Các cơ quan báo chí, xuất bản Công đoàn*

##### a) Báo Lao động:

- Mở chuyên mục về Chương trình “1 triệu sáng kiến” để tuyên truyền, quảng bá về cách làm hay, các điển hình xuất sắc tiêu biểu...

- Triển khai cách thức hiển thị số liệu thống kê hàng ngày về số lượng sáng kiến cập nhật từ phần mềm – Cổng trực tuyến của Chương trình “1 triệu sáng kiến” trên Báo Lao động điện tử.

##### b) Tạp chí Lao động và Công đoàn:

Tổ chức các bài viết tổng kết, trao đổi kinh nghiệm hay, cách làm tốt trong triển khai Chương trình “1 triệu sáng kiến” tại các cấp công đoàn, nhất là công đoàn cơ sở.

##### c) Nhà Xuất bản Lao động:

Phối hợp với các ban, đơn vị đề xuất xuất bản ấn phẩm đặc biệt tuyên truyền về điển hình xuất sắc tiêu biểu của Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

##### d) Báo Lao động Thủ đô:

- Bám sát chỉ đạo của Liên đoàn Lao động Thành phố Hà Nội và kế hoạch này của Tổng Liên đoàn Lao động Việt Nam để cụ thể hóa thành các sản phẩm

truyền thông trên báo in, báo điện tử.

- Tổ chức đối thoại, giao lưu trực tuyến tuyên truyền, chia sẻ những điển hình có sáng kiến xuất sắc, tiêu biểu tại các cấp công đoàn, nhất là công đoàn cơ sở, những cách làm tốt của công đoàn cơ sở.

## **2. Các 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**

- Chủ động liên hệ với các cơ quan thông tấn báo chí Trung ương thường trú tại địa phương, báo chí địa phương đến dự, đưa tin đậm nét các sự kiện liên quan đến Chương trình.

- Viết tin bài phản ánh hoạt động công đoàn tại địa phương, ngành cho trang Công đoàn Việt Nam trên Báo Lao động điện tử; Cổng thông tin điện tử, trang thông tin điện tử và các trang mạng xã hội.

- Khuyến khích, vận động cán bộ công đoàn sử dụng các phương tiện thông tin (điện thoại, facebook, zalo, youtube...) để chia sẻ thông tin và các sản phẩm truyền thông về Chương trình “1 triệu sáng kiến” về điển hình xuất sắc, tiêu biểu của Chương trình “1 triệu sáng kiến”.

## **V. KINH PHÍ TRIỂN KHAI**

- Kinh phí triển khai tuyên truyền trên báo chí công đoàn và các cơ quan báo chí Trung ương chi từ nguồn kinh phí giao nhiệm vụ, đặt hàng tuyên truyền nhiệm vụ chính trị năm 2022 của Tổng Liên đoàn (đối với các cơ quan báo chí có đặt hàng).

- Kinh phí thiết kế, sản xuất bộ nhận diện và các sản phẩm truyền thông; chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội chi từ tài chính cơ quan Tổng Liên đoàn theo quy định.

- Kinh phí triển khai tuyên truyền tại các cấp công đoàn chi từ nguồn tài chính công đoàn tại các cấp công đoàn theo quy định.

### ***Nơi nhận:***

- Đ/c Chủ tịch TLĐ (đề b/c);
  - Các đ/c Phó Chủ tịch TLĐ;
  - Các LĐLĐ tỉnh, thành phố;
  - CĐ ngành TU và tương đương  
CĐ Tcty trực thuộc TLĐ
  - Các Ban, đơn vị trực thuộc TLĐ;
  - Các cơ quan báo chí, xuất bản CĐ;
- } (đề t/h)
- Lưu: VT, TG.

**TM. ĐOÀN CHỦ TỊCH  
PHÓ CHỦ TỊCH THƯỜNG TRỰC**

**Trần Thanh Hải  
Trưởng Ban Chỉ đạo Chương trình**

## PHỤ LỤC

**Kinh phí truyền thông chương trình “Một triệu sáng kiến nỗ lực vượt khó, sáng tạo, quyết tâm chiến thắng đại dịch Covid – 19”  
và các hoạt động Tháng Công nhân – Tháng hành động về an toàn vệ sinh lao động năm 2022 cấp Tổng Liên đoàn  
(Ban hành kèm theo kế hoạch số .../KH-TLĐ ngày.... tháng 4 năm 2022 của Đoàn Chủ tịch Tổng LĐLĐ Việt Nam)**

TT	Nội dung	Đơn vị tính	Số lượng	Đơn giá	Thành tiền	Ghi chú
(1)	(2)		(3)	(4)	(5)	(6)
1	Đài Truyền hình Việt Nam					
-	Sản xuất tin về Lễ phát động Tháng Công nhân – Tháng hành động về An toàn vệ sinh lao động; khởi động Tháng Công nhân ở các địa phương. Thời lượng từ 40 giây đến 01 phút, kênh VTV1	Tin	4	8.667.000	34.668.000	Căn cứ Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản; Quyết định số 938/QĐ-BTTTT ngày 04/07/2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc áp dụng đơn giá hỗ trợ sản xuất mới chương trình truyền hình sử dụng ngân sách Nhà nước
-	Chuỗi phóng sự thời sự chủ đề “Lo cho người lao động”	P/sự	4	12.776.000	51.104.000	Căn cứ Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản; Quyết định số 938/QĐ-BTTTT ngày

						04/07/2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc áp dụng đơn giá hỗ trợ sản xuất mới chương trình truyền hình sử dụng ngân sách Nhà nước.
-	Phóng sự chính luận với chủ đề “Phát huy năng lực sáng tạo của người lao động”; “Những dấu ấn Tháng Công nhân năm 2022”. Thời lượng 15 phút, phát trong chuyên mục “Lao động và Công đoàn” kênh VTV1	C/trình	2	14.559.000	29.118.000	Căn cứ Nghị định số 18/2014/NĐ-CP quy định về chế độ nhuận bút trong lĩnh vực báo chí, xuất bản; Quyết định số 938/QĐ-BTTTT ngày 04/07/2014 của Bộ Thông tin và Truyền thông về việc áp dụng đơn giá hỗ trợ sản xuất mới chương trình truyền hình sử dụng ngân sách Nhà nước
<b>2</b>	<b>Chiến dịch truyền thông trên mạng xã hội</b>					
-	Thiết kế bộ nhận diện chiến dịch truyền thông về Tháng Công nhân – Tháng hành động về An toàn vệ sinh lao động năm 2022, gồm: 02 mẫu biểu trưng; 03 banner; 04 thông điệp; 02 infographic; 01 video quảng bá	Gói			40.000.000	Theo báo giá
-	Tổ chức gặp gỡ, giao lưu trực tuyến với các điển hình chương trình “Một triệu sáng kiến nỗ lực vượt khó, sáng tạo, quyết tâm chiến	Ch/trình	04		300.000.000	Theo báo giá



	thắng đại dịch Covid – 19”. Dự kiến tên: (1) Cà phê sáng kiến; (2) Hội ngộ sáng kiến. Thời gian: tháng 5/2022; tháng 7/2022; tháng 9/2022; tháng 12/2022					
<b>3</b>	<b>Hợp tác theo sản phẩm với các cơ quan báo chí</b>	Bài viết				20.000.000
-	Xuất bản Tạp chí Lao động và Công đoàn số đặc biệt tháng 5/2022					70.000.000
-	<b>Cộng</b>					<b>619.890.000</b>
-	<b>Các khoản thuế và chi phí dự phòng</b>					<b>150.000.000</b>
-	<b>Tổng cộng</b>					<b>769.890.000</b>