

GIẢI PHÁP SỬ DỤNG MẠNG XÃ HỘI TRONG SINH HOẠT HỘI VIÊN VÀ TẬP HỢP PHỤ NỮ

HÀ THỊ THANH VÂN*

Tóm tắt: Mạng xã hội mang lại nhiều lợi ích cho người sử dụng, tạo ra một cộng đồng tương tác lớn, cung cấp đa dạng các thông tin, kiến thức và góp phần tạo ra nhiều mối quan hệ, nhiều thay đổi thực tế và nhiều năm trở lại đây đã trở thành tất yếu không thể thiếu của con người. Trong tổng dân số Việt Nam tham gia mạng xã hội hiện nay, có không ít phụ nữ. Theo đó, nếu Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam có chiến lược sử dụng tốt các tiện ích của mạng xã hội sẽ có nhiều cơ hội trong việc thực hiện hiệu quả chức năng xã hội của Hội. Bài viết này chia sẻ thông tin và gợi ý cách thức Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam sử dụng mạng xã hội trong sinh hoạt hội viên và tập hợp phụ nữ.

Từ khóa: mạng xã hội, tập hợp phụ nữ, sinh hoạt hội viên.

SOLUTIONS FOR USING SOCIAL NETWORKS IN ORGANIZING ACTIVITIES FOR MEMBERS AND ASSEMBLING WOMEN

Abstract: Social networks bring many benefits to users, creating a large interactive community, providing a variety of information and knowledge and contributing to the creation of many relationships and real changes. As a result, social networks have become indispensable for humans in recent years. Among the total population participating in social networks today, there are many women. Accordingly, if the Vietnam Women's Union has a strategy to make good use of the social networks, there will be more opportunities to perform its social functions effectively. This paper shares information and recommends methods for the Vietnam Women's Union to use social networks to organize activities for its members and assemble women.

Keywords: social network, assembling women, organize activities for members.

Xuất phát từ chủ đề năm 2024 do Ban Chấp hành và Đoàn Chủ tịch Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam xác định về “Tăng cường ứng dụng công nghệ thông tin trong hoạt động Hội”, bài viết sử dụng phương pháp nghiên cứu định tính dựa trên các tài liệu thứ cấp và quan điểm cá nhân chia sẻ một số thông tin và gợi ý cách thức Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam sử dụng mạng xã hội trong sinh hoạt hội viên và tập hợp phụ nữ như sau:

* Học viện Phụ nữ Việt Nam

Ngày nhận bài: 11/3/2024; Ngày phản biện: 20/3/2024; Ngày duyệt đăng: 24/5/2024

1. Vài nét về mạng xã hội

Mạng xã hội được hiểu là các nền tảng trực tuyến hoặc các ứng dụng công nghệ thông tin như Facebook, Tiktok, Instagram, Twitter... có chủ sở hữu nước ngoài và 09 mạng xã hội do người Việt phát triển như Zalo, Lotus, Zing Me, Tamtay.vn, Mocha, Biztime, Vietnamta, Gapo, Hahalolo. Mỗi mạng xã hội đều có lịch sử hình thành riêng, có điểm mạnh và hạn chế theo hướng vừa tương đồng vừa khác biệt, nhưng đều tạo ra cơ hội kết nối thành viên tham gia không phân biệt địa vị, thu nhập, mục tiêu... để tương tác với nhau và kết nối con người với tri thức, phương pháp, cách thức giúp họ xử lý các vấn đề nảy sinh thực tế.

Điểm mạnh chung của mạng xã hội cho phép mọi người tự do nêu quan điểm, chia sẻ hình ảnh, bài viết, thể hiện các trạng thái cảm xúc hạnh phúc, vui, buồn, giận dữ, bất bình, đau đớn, khó chịu, chán nản... và tự do bình luận các sự kiện, thông tin người khác chia sẻ trong khuôn khổ quy định pháp luật, giá trị đạo đức, thuần phong mỹ tục và không gây phản cảm. Đồng thời, mạng xã hội cũng cho phép mỗi người lưu giữ thông tin, hình ảnh, video mang dấu ấn cá nhân được nhắc lại kỷ niệm vào những thời điểm tương tự. Ngoài ra, mạng xã hội còn trao cơ hội học hỏi thông tin chia sẻ của người khác về vấn đề quan tâm, mong muốn hoặc có nhu cầu sử dụng. Theo đó, hầu hết các trang mạng xã hội đều được thiết kế với nhiều tiện ích đa dạng, vừa có độ mở, vừa có thể giúp con người tạo ra các nhóm kín, ai muốn tham gia phải được mời hoặc phê duyệt, hình thành nên đội ngũ quản trị và thành viên nòng cốt.

Điểm hạn chế chung của đa số mạng xã hội dễ tạo ra tình trạng ảo do quy định về cung cấp các thông tin cá nhân không yêu cầu bắt buộc phải xác thực đúng là cá nhân đó, vì vậy một người là nam giới hoàn toàn có thể cung cấp thông tin là phụ nữ hoặc ngược lại, người có độ tuổi dưới 18 hoặc trên 60 vẫn có thể là trên 18 hoặc dưới 60, chủ tài khoản có thể dùng ảnh thực của bản thân hoặc dùng hoa, tranh, ảnh khác để làm ảnh nền đại diện... Ngoài ra, một người có thể đăng ký nhiều tài khoản khác nhau nên nếu sử dụng thống kê số lượng cụ thể trên mạng xã hội có thể sẽ không hoàn toàn chính xác, nhưng tính theo số lượt thông tin, dữ liệu về người dùng mạng xã hội sẽ vẫn có ý nghĩa nhất định về phân tích, đánh giá xu hướng.

Trong bối cảnh mạng xã hội có nhiều tiện ích và sự tham gia hoàn toàn miễn phí, cá nhân quyết định lựa chọn một hoặc nhiều tài khoản và mức độ tham gia mạng xã hội đã lựa chọn, chỉ cần đáp ứng điều kiện do đơn vị sáng lập quy định và các điều kiện khách quan cần thiết về mạng, về thiết bị điện thoại, máy tính kết nối và một lượng tri thức ứng xử đủ tầm để tương tác có trách nhiệm và văn hóa.

Đối với tổ chức, để tự tạo ra một trang mạng xã hội phải bảo đảm các điều kiện cần và đủ về thiết bị, công nghệ, nhân lực điều hành, tài chính, kỹ thuật tổ chức vận hành, mạng lưới phối hợp... đòi hỏi phải đầu tư tài chính không nhỏ nên không phải tổ chức nào cũng thực hiện được. Trên cơ sở nhu cầu thực tế của hội viên, thành viên, các tổ chức muốn sử dụng mạng xã hội nào cần phải tiến hành các nghiên cứu, khảo sát để lựa chọn mạng xã hội kết nối phù hợp.

2. Cách tiếp cận sử dụng mạng xã hội của Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam

Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam (Hội) là cầu nối giữa Đảng, Nhà nước với phụ nữ theo phương thức hai chiều từ Đảng, Nhà nước đến phụ nữ và từ phụ nữ đến Đảng, Nhà nước. Phương thức này tạo vị thế chính trị và xã hội của Hội. Vị thế chính trị được thể hiện thông qua vai trò Hội tổ chức các hoạt động phổ biến, tuyên truyền, vận động, tư vấn, hướng dẫn, hỗ trợ hội viên, phụ nữ để biết, để hiểu và để thực hiện tốt, thực hiện có hiệu quả các chủ trương, đường lối của Đảng và chính sách, pháp luật của Nhà nước. Vị thế xã hội được thể hiện thông qua vai trò Hội tổ chức các hoạt động đại diện, chăm lo, phát huy phụ nữ; tham mưu, đề xuất, tham gia xây dựng, góp ý, phản biện xã hội đối với các dự thảo chính sách, pháp luật và giám sát việc thực hiện pháp luật, chính sách để Đảng và Nhà nước quan tâm phản hồi các ý kiến, đề nghị, kiến nghị và thể hiện nhu cầu, mong muốn của hội viên, phụ nữ trong các chính sách và văn bản quy phạm pháp luật.

Mỗi hội viên đều là phụ nữ, nhưng không phải mọi phụ nữ đều là hội viên. Do đó, trên cả hai vị thế chính trị - xã hội, Hội đều thiết lập mối quan hệ với hội viên, phụ nữ, nhưng tính chất và mức độ không như nhau: hội viên là người đã tán thành Điều lệ Hội, thực hiện quyền và trách nhiệm theo Điều lệ, nên Hội quản lý thông tin, dữ liệu về tên, tuổi, hoàn cảnh gia đình, địa chỉ nơi cư trú, số điện thoại... của hội viên. Đồng thời, Hội tổ chức các hoạt động từ nguồn ngân sách xác định theo phân cấp địa phương và các nguồn khai thác khác từ dự án quốc tế, từ các ngân hàng và các đối tác theo phạm vi hoạt động theo địa phương. Do đó, hội viên phải được phát triển theo địa bàn cư trú để bảo đảm phù hợp với nguồn lực thực tế của Hội và địa phương.

Mỗi người, dù là phụ nữ hay hội viên, do chung đặc điểm về giới tính nên đều chịu tác động và ảnh hưởng bởi nhiều yếu tố khách quan và chủ quan, trong đó chủ yếu là nhu cầu cá nhân, cơ chế tâm lý, văn hóa cá nhân và vùng miền, hoàn cảnh gia đình, điều kiện làm việc, môi trường sống. Đồng thời, các yếu tố vĩ mô như vấn đề lao động, việc làm, thu nhập; di cư tự nhiên và di cư lao động cũng tác động đến phụ nữ, hội viên theo các chiều cạnh khác nhau. Do đó, Hội muốn tập hợp phụ nữ bằng phương pháp sử dụng mạng xã hội cần phải tạo được độ mở hợp lý, nội dung hấp dẫn, cách thức tương tác thường xuyên, đổi mới liên tục... mới có thể thành công.

Dưới góc độ lý luận và lý thuyết, một người khi quyết định lựa chọn hoặc làm hoặc từ bỏ một công việc hay một điều cụ thể nào đó họ phải cân nhắc rất kỹ nhiều khía cạnh. Để tham gia một tổ chức, một hội, đoàn thể hoặc một hoạt động thực tế cũng vậy, thông thường con người sẽ đi theo quy trình 4 bước làm quen gồm: trải nghiệm, điều chỉnh và gắn bó. Theo đó, giai đoạn đầu sử dụng mạng xã hội trong hoạt động Hội, Hội không nên đặt quá nặng việc phát triển hội viên vì mạng xã hội có độ mở cao, bất cứ ai ở bất cứ đâu trong, ngoài nước cũng đều có thể tham gia, nên quan trọng nhất là tạo ra cơ hội để phụ nữ tương tác với nhau và tương tác với hội viên của Hội.

Thực tế, phụ nữ là hội viên hay chưa là hội viên đều đã và đang tham gia tương đối nhiều trên các nền tảng mạng xã hội. Ví dụ, chỉ tính riêng mạng Zalo do Việt Nam phát triển, đến hết năm 2023, có 15.349 tài khoản chính thức được tạo bởi các cơ quan Nhà nước và dịch vụ tiện ích công, thu hút đến 57 triệu lượt quan tâm của người dân, cùng 1,6 tỷ tương tác (Hậu Huỳnh, 2023), trong số đó có cả phụ nữ. Theo đó, Hội cần làm khảo sát để xem trong tổng số trên 19,7 triệu hội viên của Hội (Hội LHPN Việt Nam, 2023) đã có bao nhiêu % hội viên sử dụng mạng Zalo hoặc sử dụng mạng xã hội khác, từ đó để xác định mạng xã hội nên sử dụng trong hoạt động Hội để có sự tham gia tương tác của nhiều hội viên.

3. Sử dụng mạng xã hội sẵn có thay đổi hình thức sinh hoạt Hội truyền thống

Thực tế hơn 93 năm hình thành, phát triển đã chứng minh sứ mệnh, giá trị cốt lõi của Hội được thực hiện; chức năng, nhiệm vụ của Hội được hoàn thành khi và chỉ khi có hội viên và hội viên thật sự là những người hạnh phúc, tin tưởng, đồng thuận với hoạt động Hội. Ngược lại, hội viên sẽ thật sự là những người hạnh phúc, tin tưởng, đồng thuận với hoạt động Hội khi và chỉ khi Hội có các hoạt động luôn thấu hiểu và đồng hành cùng hội viên. Hầu hết các hoạt động Hội đều được làm trực tiếp, sinh hoạt Hội thực hiện theo phạm vi địa bàn, nhưng không phải mọi hội viên đều bố trí được thời gian tham gia sinh hoạt đầy đủ vì nhiều lý do, trong đó có lý do đi làm ăn xa. Trong bối cảnh công nghệ thông tin phát triển vượt bậc, mạng xã hội phong phú, nhiều tiện ích, nếu Hội tiếp tục chỉ duy trì cách thức sinh hoạt truyền thống thì sẽ có một bộ phận hội viên không có điều kiện thực hiện quyền và trách nhiệm của mình.

Theo đó, Hội nên tính đến việc chuyển hướng đa dạng và linh hoạt hơn vừa tiếp tục tổ chức sinh hoạt truyền thống trực tiếp tại cơ sở Hội theo địa bàn dân cư vừa mở rộng sử dụng mạng xã hội để gắn kết hội viên ở nhiều địa bàn trong cùng địa phương và khác địa phương có cùng sở thích, nhu cầu, mong muốn để hội viên có cơ hội tương tác, chia sẻ và học hỏi kinh nghiệm cá nhân phong phú hơn. Ngay cả đối với hội viên danh dự, họ có thể là phụ nữ hoặc nam giới, là người được Hội công nhận với xuất phát điểm khác hội viên, Hội không quản lý cụ thể như hội viên, nhưng nếu Hội cũng tập hợp họ trong nhóm sinh hoạt theo mạng xã hội cụ thể để họ tương tác với nhau, chia sẻ, trao đổi tạo thành mạng lưới đủ rộng, đủ sâu và đa dạng để đồng hành, chia sẻ, hợp tác cùng tổ chức Hội trong hành trình vì sự phát triển của phụ nữ.

Trước mắt, đối với hội viên, các cấp Hội có thể tận dụng tiện ích của các mạng xã hội để chuyển sinh hoạt Hội truyền thống tĩnh¹ từ hình thức trực tiếp sang hình thức linh hoạt để bảo đảm 100% hội viên đều tham gia sinh hoạt Hội, bằng việc phân nhóm hội viên theo điều kiện và khả năng sinh hoạt.

¹ Là thuật ngữ chỉ cách tổ chức mô hình sinh hoạt Hội theo địa bàn dân cư

Một là, đối với nhóm hội viên có điều kiện sinh hoạt trực tiếp ngoài hình thức sinh hoạt hiện tại có thể có thêm lựa chọn sinh hoạt trực tiếp 70%, 30% sinh hoạt trực tuyến để giảm thời lượng thực tế họ phải dành để tham gia sinh hoạt. Tỷ lệ này có thể tính theo lần sinh hoạt hoặc theo tổng số lần sinh hoạt.

Hai là, đối với nhóm hội viên có hoàn cảnh không thể bố trí thời gian tham gia sinh hoạt trực tiếp sẽ tổ chức sinh hoạt trực tuyến hoàn toàn.

Để sinh hoạt trực tuyến, dựa vào những tiện ích thực tế của mạng xã hội được Hội lựa chọn tạo thành nhóm quản lý và nhóm tương tác, thể hiện như sau:

Thứ nhất, đối với nhóm quản lý

- Thông tin 1 chiều từ Hội, hội viên chỉ có thể thể hiện cảm xúc, tiếp nhận thông tin để biết và thực hiện, không thể phản hồi ý kiến với cán bộ Hội² hoặc trao đổi thông tin với người khác.

- Phương pháp: cán bộ Hội đưa thông tin mang tính phổ biến.

- Yêu cầu: sử dụng đối với hoạt động tuyên truyền cung cấp thông tin mới hoặc đưa tin, thông báo chung không cần phản hồi.

Lưu ý: do đặc điểm, tính chất của nhóm quản lý chỉ sử dụng để cung cấp thông tin nên đòi hỏi cán bộ Hội phải đầu tư để giúp hội viên vừa tiếp cận ngay khi chia sẻ, vừa có thể lưu giữ lâu dài. Tùy thời gian lưu giữ thông tin, hình ảnh dài hay ngắn của mạng xã hội đã được Hội lựa chọn để quyết định cách soạn thảo nội dung dưới dạng file word hoặc powerpoint hoặc excel sau đó chuyển thành file ảnh để đăng trong nhóm hoặc đính kèm file.

Thứ hai, đối với nhóm tương tác

- Thông tin 2 chiều từ Hội đến hội viên và ngược lại

- Phương pháp: cán bộ Hội đưa thông tin, chủ đề hoặc nêu vấn đề cụ thể để hội viên trao đổi, thảo luận với nhau và tương tác với cán bộ Hội.

- Yêu cầu: sử dụng đối với các hoạt động cần sự tương tác; cán bộ Hội phải tạo được các chủ đề thảo luận dưới dạng bình chọn có thêm phương án để hội viên quyết định hoặc hình thức khác phù hợp theo tiện ích của mạng xã hội sử dụng

Lưu ý: cán bộ Hội phải làm tốt vai trò bao quát, dẫn dắt để bảo đảm mọi hội viên đều tiếp cận được thông tin và không bị bỏ sót thông tin

Đối với nhóm tương tác, cách thức sử dụng mạng xã hội sẵn có thay đổi hình thức sinh hoạt Hội truyền thống nên thực hiện theo 04 bước như sau đây:

² Là thuật ngữ được sử dụng chung cho Chủ tịch, Phó Chủ tịch Hội cơ sở và Chi/tổ trưởng phụ nữ

Bước 1. Xác định mạng xã hội sẽ sử dụng trong sinh hoạt Hội

Bước này nên được thực hiện bằng phiếu khảo sát hội viên thực tế tại địa phương để tổng hợp thông tin về mạng xã hội hội viên đang sử dụng, bao gồm các thông tin về mạng xã hội đang sử dụng, khung giờ thường tương tác nhiều nhất, hình thức tương tác, đánh giá cá nhân về nội dung đáp ứng nhu cầu, mong muốn thực tế từ mạng xã hội đó...

Khảo sát nên thực hiện trực tiếp tại một buổi sinh hoạt cụ thể theo phương pháp truyền thống sử dụng giấy hoặc ứng dụng công nghệ thông tin tạo mã QR hoặc áp dụng cả 2 phương pháp tùy điều kiện thực tế của hội viên.

Kết quả khảo sát sẽ là cơ sở giúp Hội quyết định lựa chọn mạng xã hội sẽ sử dụng, không nên chỉ chọn duy nhất 1 mạng xã hội, lý tưởng nên là 2, nếu nhiều có thể 3 hoặc hơn 3 nhưng không nên quá 5 mạng xã hội sẽ ảnh hưởng đến quá trình vận hành. Trường hợp có hội viên chưa tham gia bất cứ mạng xã hội nào sẽ hướng hội viên vào mạng xã hội đang có nhiều hội viên khác tham gia hoặc có ít hội viên khác tham gia, tùy quyết định của Hội, nhưng nên theo hướng tổ chức cân bằng các nhóm mạng xã hội thực tế.

Bước 2. Xây dựng quy chế và thiết lập nhóm

Quy chế hoạt động nhóm bao gồm các thông tin về loại nhóm, cách đặt tên thành viên, thời gian và thời lượng tương tác, vai trò của quản trị nhóm, vai trò của thành viên nhóm, cách thức sinh hoạt...Hội có thể thiết lập nhóm hỗn hợp hoặc nhóm theo sở thích cụ thể dựa trên kết quả từ bước 1.

Bước 3. Chuẩn bị nội dung

Đây là bước quan trọng và khó nhất để duy trì sinh hoạt trên mạng xã hội.

Bước này do quản trị nhóm thực hiện phù hợp với nhu cầu của thành viên trong nhóm, nhưng phải giúp hội viên tương tác, trao đổi để nhận diện vấn đề, chia sẻ quan điểm, dự kiến và ý kiến liên quan khác bằng các cuộc bình chọn có độ mở bao gồm 1 số phương án thảo luận ban đầu để hội viên lựa chọn, sau đó cho phép hội viên thêm các phương án ý kiến khác để tiếp tục thảo luận.

Bước 4. Vận hành buổi sinh hoạt

Bước này thực hiện dựa trên kết quả của bước 3

Trình tự thực hiện gồm các hoạt động sau:

- Sử dụng kết nối, có hoặc không có hình ảnh, thực hiện các nghi thức bắt đầu buổi sinh hoạt như làm trực tiếp; Quản trị chuyển file ảnh nội dung lên nhóm (có thể thực hiện trước hoặc trong hoặc sau khi chia sẻ thông tin); Đặt vấn đề để hội viên tương tác, trao đổi về chủ đề đã xác định; Hội viên tương tác, thảo luận; Thực hiện nội dung khác có liên quan; và Chốt thông tin và kết thúc buổi sinh hoạt. Trong trường hợp muốn lấy ý kiến lựa chọn, quản trị tạo bình chọn với nhiều phương án khác nhau để hội viên lựa chọn, tổng hợp kết quả và ra quyết định đối với kết quả lựa chọn đó.

Ngoài ra, các cấp Hội cũng có thể tận dụng tiện ích của các mạng xã hội để tổ chức sinh hoạt Hội theo mô hình động³ nhằm trao cơ hội rộng hơn cho hội viên không chỉ tương tác với hội viên tại địa bàn của mình mà có thể tương tác với nhiều nhóm hội viên khác trong cùng huyện, tỉnh hoặc khác tỉnh, huyện dựa trên điều kiện thực tế của cá nhân, thông qua đó tiếp cận thông tin đa chiều, nhiều khía cạnh và thể hiện năng lực của bản thân khi tham gia các hoạt động chung trong các nhóm. Mô hình này không thay thế hình thức sinh hoạt trực tiếp và sinh hoạt kết hợp trực tiếp và trực tuyến theo địa bàn, chỉ để gia tăng thêm giá trị thực tế từ sinh hoạt Hội.

4. Sử dụng mạng xã hội để tập hợp phụ nữ vào tổ chức Hội

Bản chất hoạt động Hội là tính tự nguyện, do đó, muốn một người phụ nữ trở thành hội viên Hội cần phải giúp họ cơ hội tham gia, trải nghiệm để tự xác nhận sự cần thiết, thấy được lợi ích thực tế và cơ hội bản thân có thể tham gia, đóng góp để xem xét cả về mặt lý thuyết (khả năng) và thực tế (quyết định). Tận dụng lợi thế phát triển của công nghệ thông tin và mạng xã hội, Hội cần tạo mô hình tập hợp phụ nữ được thiết kế phù hợp trên cơ sở kết quả nghiên cứu sự tương tác thực tế của phụ nữ trên mạng xã hội hiện có; nhu cầu thông tin của phụ nữ; khả năng thực hiện và duy trì mô hình của Hội. Từ thực tế tham gia, quan sát sự tham gia của người dân nói chung, trong đó có phụ nữ trên một số mạng xã hội và kinh nghiệm trong giảng dạy, nói chuyện chuyên đề, thiết nghĩ mô hình lý tưởng phải kết hợp trực tuyến thường xuyên và trực tiếp theo định kỳ. Mô hình này sẽ góp thêm kênh hoạt động Hội trực tuyến với 05 yêu cầu cơ bản để bảo đảm tính bền vững, sự hấp dẫn, thiết thực, chất lượng và hiệu quả sau:

Một là, phải chọn được mạng xã hội phù hợp, dễ kết nối, dễ sử dụng để thiết lập tài khoản riêng có bảo mật để tránh bị lợi dụng

Hai là, nội dung tương tác không đặt nặng tính chính trị, đa dạng gắn với nhu cầu thiết thân của phụ nữ, chia sẻ, hướng dẫn, hỗ trợ phương pháp, cách thức cân bằng bản thân, ứng xử và giải quyết những vấn đề đặt ra với họ và gia đình

Ba là, phải có nhân sự quản lý và duy trì tài khoản, nuôi dưỡng nguồn thông tin và luôn đổi mới, bắt kịp xu hướng của thời đại.

Bốn là, phải có đội ngũ nhân sự cốt cán là cán bộ Hội, chuyên gia, cộng tác viên am hiểu nội dung, tri thức rộng, nhất là những vấn đề phụ nữ cần, có khả năng nói tốt, logic và truyền cảm hứng để tương tác với phụ nữ theo cả hình thức tĩnh (chia sẻ clip hoặc thông tin ảnh...) và động (livestreams).

Năm là, phải đa dạng hình thức kết nối và tương tác giữa cán bộ Hội, chuyên gia, cộng tác viên với phụ nữ:

³ Là thuật ngữ chỉ cách tổ chức mô hình sinh hoạt Hội theo nhu cầu, sở thích

Hình thức	Đặc điểm	Tính chất
Tọa đàm	Mọi thành viên đều cùng tham gia	
Trò chuyện	Cán bộ Hội, chuyên gia, cộng tác viên là người cung cấp thông tin chính, dẫn dắt và đặt câu hỏi thảo luận	Tương tác trực tiếp (động) hoặc không tương tác trực tiếp (tĩnh)
Hỏi - đáp	Phụ nữ chủ động nêu vấn đề, thông tin, cán bộ Hội, chuyên gia, cộng tác viên chia sẻ theo nội dung phụ nữ đã nêu và cung cấp thêm thông tin liên quan	
Chia sẻ	Cán bộ Hội, chuyên gia, cộng tác viên giữ vai trò kết nối để phụ nữ tự tương tác với nhau	

Khi Hội nỗ lực ứng dụng công nghệ thông tin nói chung và sử dụng mạng xã hội nói riêng trong hoạt động Hội, hội viên có nhiều cơ hội tương tác, tiếp nhận, phản hồi nhanh chóng sẽ thêm yêu Hội và sự lựa chọn của mình. Đồng thời, phụ nữ cũng sẽ có cơ hội được trải nghiệm, tích lũy thông tin và hiểu về những nỗ lực của Hội, họ sẽ đồng hành với Hội trên vị thế hội viên. Trước mắt, Hội nên thử nghiệm, từ kết quả thử nghiệm sẽ ban hành văn bản hướng dẫn cho các cấp Hội, nhất là các Chi hội để tương tác, kết nối và kết nạp hội viên theo địa bàn dân cư. Đồng thời, nghiên cứu để kết nạp hội viên không phụ thuộc vào nơi đăng ký thường trú để tạo điều kiện cho phụ nữ và tăng số lượng hội viên cho Hội.

5. Kết luận

Mạng xã hội là tiện ích công nghệ thông tin có sẵn Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam các cấp có thể tận dụng để thực hiện chức năng, nhiệm vụ của Hội nói chung, đặc biệt là tổ chức sinh hoạt Hội và tập hợp phụ nữ nói riêng trong nỗ lực đổi mới nội dung và phương thức hoạt động Hội không chỉ cho năm 2024 mà trong toàn bộ quá trình hoạt động Hội. Để hiện thực hóa việc sử dụng mạng xã hội, cần có sự lãnh đạo của Ban Chấp hành TW Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, sự định hướng cụ thể của Đoàn Chủ tịch Hội liên hiệp Phụ nữ Việt Nam và sự chỉ đạo sát thực tế của cấp tỉnh, hướng dẫn chi tiết của cấp huyện và sự vào cuộc trách nhiệm và chuyên nghiệp của cấp cơ sở theo đúng phương châm “Trung ương định hướng chiến lược - Tỉnh vận dụng sáng tạo - Huyện đồng hành cơ sở - Xã nắm chắc hội viên - Chi thấu hiểu phụ nữ” đã được xác định tại Đại hội đại biểu Phụ nữ toàn quốc lần thứ XIII.

Tài liệu tham khảo

Ban Tổ chức TW Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam, số liệu đến 31/12/2023.

Hậu Huỳnh (2023). Zalo tiếp tục là ứng dụng nhắn tin phổ biến nhất năm 2023. Lấy từ: <https://znews.vn/zalo-tiep-tuc-la-ung-dung-nhan-tin-pho-bien-nhat-nam-2023-post1451486.html>.