

# THỰC TRẠNG TIẾP CẬN THÔNG TIN VÀ THAM GIA CÁC MÔ HÌNH HOẠT ĐỘNG CỦA PHỤ NỮ HIỆN NAY

TRẦN QUANG TIẾN, PHAN THỊ THU HÀ\*

**Tóm tắt:** Công tác tập hợp phụ nữ, phát triển hội viên là một trong những khâu đột phá được Đại hội đại biểu Phụ nữ toàn quốc lần thứ XII (2017-2022) đề ra. Năm 2020, Học viện Phụ nữ Việt Nam đã thực hiện đề tài nghiên cứu cấp Bộ “Nghiên cứu công tác thu hút, tập hợp phụ nữ và phát triển Hội viên trong tình hình mới” để có cơ sở lý luận và thực tiễn đề xuất các giải pháp, mô hình thu hút, tập hợp phụ nữ tham gia vào các phong trào, hoạt động của Hội, phát triển hội viên, góp phần sửa đổi, bổ sung Điều lệ Hội và xây dựng văn kiện Đại hội đại biểu phụ nữ toàn quốc lần thứ XIII sắp tới. Trong đó, việc nắm bắt tình hình tiếp cận thông tin và tham gia các tổ chức chính trị xã hội, hội/nhóm của hội viên, phụ nữ là một nội dung quan trọng để đưa ra các giải pháp phát huy những điểm mạnh, khắc phục những điểm còn tồn tại, giải quyết khó khăn trong công tác thu hút, tập hợp phụ nữ và phát triển hội viên. Bài viết này sẽ bàn về vấn đề trên thông qua phân tích dữ liệu khảo sát từ 1.052 hội viên, phụ nữ và nữ sinh viên trên 4 tỉnh thành gồm Hà Nội, Hồ Chí Minh, Bình Dương, Bắc Ninh, Hải Phòng.

**Từ khóa:** tiếp cận thông tin, tổ chức mô hình, phụ nữ

**Abstract:** The work of women gathering and membership development is one of the breakthroughs set by the 12th National Women’s Congress (2017-2022). In 2020, there was a ministerial-level research conducted by the Vietnam Women’s Academy named “Research on the work of attracting, gathering women and developing members in a new situation”. It aimed to bring theoretical and practical basis for the suggestion of solutions and models attracting and gathering women to participate in the Women’s Union’s movements and activities; developing members; contributing to the amendment and supplement of the Women’s Union’s Charter and preparation of documents for the coming 13th National Women’s Congress. In particular, understanding members’ and women’s access to information and participation in socio-political organizations, associations/groups are important issues to offer solutions that promote strengths, overcome weaknesses, solve difficulties in attracting, gathering women and developing members. This article will discuss the above issues through analyzing data obtained from the survey of 1,052 members, women and female students in 4 provinces including Hanoi, Ho Chi Minh, Binh Duong, Bac Ninh, Hai Phong.

**Keywords:** access to information, model organization, women

\* Học viện Phụ nữ Việt Nam

## 1. Đặt vấn đề

Thu hút, tập hợp quần chúng, phát triển hội viên là nhiệm vụ sống còn của bất kỳ tổ chức xã hội nào nếu muốn tồn tại và phát triển, trong đó có Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam (Hội LHPN). Hội LHPN Việt Nam là tổ chức chính trị xã hội, tập hợp rộng rãi các tầng lớp phụ nữ Việt Nam, tổ chức và hoạt động theo nguyên tắc tự nguyện, dân chủ, liên hiệp và thống nhất hành động. Mục đích hoạt động của Hội là vì sự bình đẳng, phát triển của phụ nữ; chăm lo, bảo vệ quyền, lợi ích hợp pháp, chính đáng cho phụ nữ.

Theo số liệu của Hội, tính đến tháng 11/2019, cả nước có 18.442.042 hội viên Hội LHPN Việt Nam (tăng 1.442.131 hội viên so với nhiệm kỳ XI). Công tác hướng dẫn, hỗ trợ các cơ sở đạt chỉ tiêu tập hợp phụ nữ tham gia tổ chức Hội từ 50% trở lên đang có những dấu hiệu khả quan nhưng nhìn chung, công tác tập hợp phụ nữ, phát triển hội viên vẫn còn gặp không ít khó khăn, thách thức (Hội LHPN Việt Nam, 2020). Đặc biệt, trong tình hình hiện nay và một vài thập kỷ tới có rất nhiều biến động diễn ra nhanh chóng, chuyển đổi cơ cấu kinh tế dẫn đến chuyển dịch cơ cấu lao động nữ, vấn đề đô thị hóa, lao động nữ di cư, và bao trùm nhất là sự phát triển mạnh mẽ của khoa học kỹ thuật, đặc biệt là khoa học công nghệ, kỹ thuật số, với sự bùng nổ của thông tin, là thời đại phát triển mạnh mẽ của mạng xã hội và các kênh truyền thông, thông tin đa chiều khó kiểm soát, thậm chí không ít thông tin giả gây nhiễu loạn. Những vấn đề đó đặt ra nhiều thách thức mới cho công tác thu hút, tập hợp phụ nữ nói chung, hội viên Hội LHPN Việt Nam nói riêng. Do đó, việc nắm được thực trạng tiếp cận thông tin cũng như mức độ tham gia của họ vào các tổ chức, hội, nhóm trước khi đưa ra các giải pháp, mô hình thu hút, tập hợp phụ nữ, phát triển hội viên là điều cần thiết.

## 2. Phương pháp và cỡ mẫu nghiên cứu

Nghiên cứu đã sử dụng phương pháp định lượng kết hợp với định tính. Trong đó, khảo sát định lượng 181 hội viên Hội LHPN Việt Nam (chủ yếu là sản xuất nông nghiệp và kinh doanh nhỏ), 485 phụ nữ chưa là hội viên (di cư, kinh doanh nhỏ và công nhân) và 386 sinh viên nữ. Phương pháp nghiên cứu định tính bao gồm phân tích tài liệu thứ cấp; phỏng vấn bán cấu trúc và tọa đàm với các khách thể là đại diện cấp ủy đảng/ lãnh đạo chính quyền, mặt trận (cấp xã/phường), đại diện lãnh đạo Hội LHPN cấp huyện và xã, đại diện các lãnh đạo doanh nghiệp, đại diện quản trị viên mạng xã hội/ diễn đàn.

Tính chung cho 2 nhóm hội viên và phụ nữ, khoảng 75% là đang kết hôn và sống chung với chồng, gần 10% chưa kết hôn và hơn 15% là đang sống ly thân, ly hôn hoặc góa chồng. Hai phần ba số phụ nữ, hội viên được khảo sát có từ 1 đến 2 con và gần 30% có từ 3 con trở lên. Chi tiêu bình quân 1 gia đình là hơn 8,4 triệu đồng/tháng, trong đó nhóm hội viên có chi tiêu bình quân cao hơn nhóm phụ nữ hơn 1 triệu đồng/tháng. Nhóm sinh viên chi tiêu bình quân hơn 3,5 triệu đồng/ tháng.

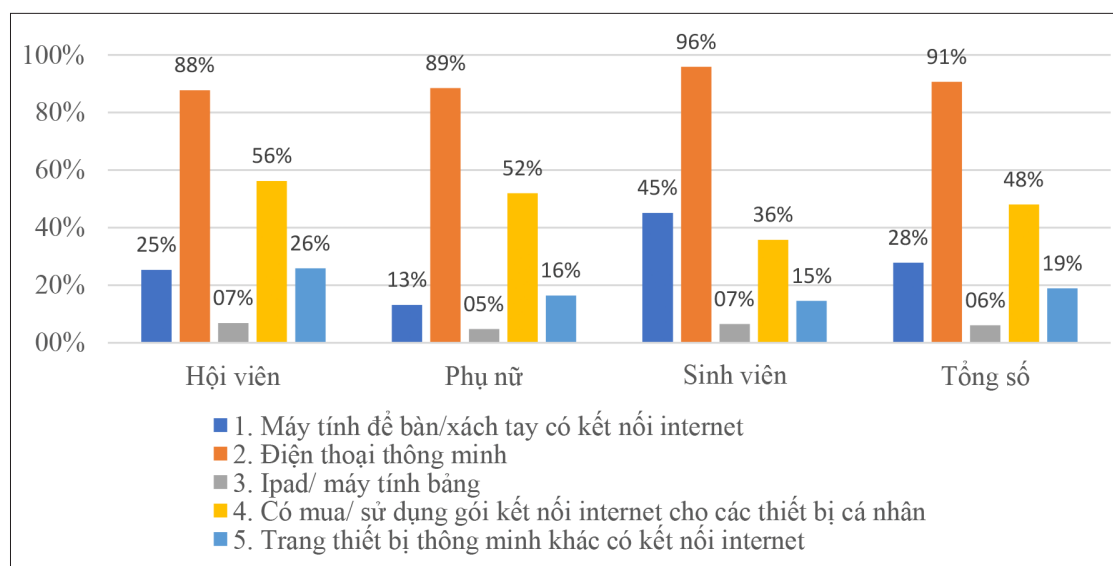
Về tình trạng di cư, chỉ có 55% là cả gia đình đang sinh sống và làm việc tại quê hương; số còn lại rơi vào 1 trong 2 trường hợp: gia đình vẫn sống ở quê nhưng bản thân đi làm việc ở nơi khác (27,2%) hoặc di chuyển toàn bộ gia đình đi nơi khác lập nghiệp (17,9%). Sự khác biệt về tình trạng di cư giữa hai nhóm hội viên và phụ nữ là khá lớn, xuất phát từ sự lựa chọn khách thể nghiên cứu, dẫn đến tỷ lệ di cư nội địa ở nhóm phụ nữ cao hơn, chiếm hơn 50% số người được phỏng vấn.

Về thời gian tham gia hội viên, trong số 181 hội viên, thời gian tham gia vào Hội được phân bố khá đồng đều, nhóm mới vào Hội (1-5 năm) chiếm hơn 20%; nhóm vào Hội từ 6-10 năm chiếm 12,7%; nhóm vào Hội từ 11-20 năm chiếm 20,4% và nhóm vào Hội trên 20 năm chiếm tỷ lệ cao nhất, đạt 45,3%.

Về nghề nghiệp chính tạo ra thu nhập gia đình, giữa hội viên và phụ nữ được khảo sát cũng có sự khác biệt nhất định, tuy nhiên nguồn thu nhập chính khá đa dạng và không có sự tập trung cao vào 1 vài nhóm ngành nghề cho dù khảo sát chủ yếu ở khu vực nông thôn. Nguồn thu từ sản xuất nông nghiệp không còn là nguồn thu chính của các gia đình, chỉ có 15,5% hội viên, phụ nữ được khảo sát lựa chọn. Các ngành nghề khác như buôn bán nhỏ, làm công nhân, làm thuê tự do được nhiều gia đình xác định là nguồn thu nhập chính. Nguồn thu nhập chính của các gia đình hội viên tập trung vào sản xuất nông nghiệp (26,5%), buôn bán nhỏ (26,5%), hộ kinh doanh cá thể (16%) trong khi nhóm phụ nữ có nguồn thu nhập chính đến từ đi làm công nhân (34,8%), buôn bán nhỏ (23,7%), làm thuê (15,7%).

Về trình độ tay nghề, hơn 60% hội viên, phụ nữ xác nhận chưa được đào tạo nghề, nếu tính cả những người có được học các lớp ngắn hạn nhưng không có chứng chỉ thì con số là hơn 70%. Điều này phản ánh trình độ chuyên môn nghề nghiệp của phụ nữ còn rất thấp, phù hợp với các số liệu thống kê của Việt Nam những năm gần đây. So sánh giữa nhóm hội viên và phụ nữ, cho thấy trình độ bằng cấp của nhóm hội viên cao hơn với 34,8% đã có trình độ từ chứng chỉ sơ cấp nghề trở lên, con số này ở nhóm phụ nữ chỉ là 26%.

Với mục đích tìm hiểu các nguồn/ kênh thông tin có khả năng tiếp cận và mức độ sử dụng thành thạo các trang thiết bị công nghệ, internet của hội viên, phụ nữ, làm căn cứ cho các đề xuất về hoạt động giáo dục, truyền thông của Hội; nhóm nghiên cứu chỉ khảo sát thực trạng sử dụng trang thiết bị cá nhân và việc kết nối internet (Biểu 1).



Biểu 1: Thực trạng trang thiết bị cá nhân có sử dụng, kết nối internet của hội viên, phụ nữ và sinh viên nữ (%)

Kết quả cho thấy hơn 90% sử dụng điện thoại thông minh, gần 30% sử dụng máy vi tính, máy tính xách tay, gần 50% có mua/ đăng ký sử dụng các gói dịch vụ internet cho các thiết bị cá nhân. Nhóm sinh viên có tỷ lệ sử dụng điện thoại thông minh và máy tính cá nhân cao hơn hẳn hai nhóm còn lại; sự khác biệt về trang thiết bị cá nhân giữa nhóm hội viên và phụ nữ không lớn, trong đó nhóm hội viên có tỷ lệ sử dụng máy tính cá nhân cao hơn. Với thực trạng như vậy, việc tập trung các giải pháp để thông tin, truyền thông thông qua thiết bị cá nhân, mạng xã hội, kết nối internet sẽ là những giải pháp quan trọng của Hội trong thời gian tới.

### **3. Thực trạng tiếp cận thông tin và tham gia các tổ chức chính trị xã hội, nhóm, hội của hội viên, phụ nữ**

#### **3.1. Thực trạng tiếp cận thông tin, kiến thức của hội viên, phụ nữ**

##### *Loại thông tin, kiến thức được tiếp cận*

Trong thời đại công nghệ số, lượng thông tin hàng ngày nhiều và đa dạng, hình thành các cơ sở dữ liệu lớn ở tất cả các lĩnh vực của đời sống xã hội. Tuy nhiên, khi được hỏi và cho phép lựa chọn chỉ 3 loại hình thông tin tiếp cận thường xuyên nhất, giữa 3 nhóm phụ nữ cũng có sự khác biệt nhất định và phần nhiều sự khác biệt là do khác biệt về độ tuổi. Số liệu khảo sát đã chỉ ra 3 loại thông tin được cả 2 nhóm hội viên và phụ nữ tiếp cận nhiều nhất bao gồm: Tin tức thời sự, Sức khỏe/y tế và các loại hình giải trí. Trong 9 loại hình thông tin, nhóm hội viên thể hiện sự tiếp cận cao hơn ở 6/9 loại thông tin, sự khác biệt rõ rệt nhất là ở việc quan tâm đến các thông tin về sức khỏe/ y tế và kiến thức pháp luật. Những phụ nữ chưa vào Hội có sự tiếp cận nhiều hơn đến các thông tin hoạt động giải trí, mua bán/ tiêu dùng cá nhân. Xu hướng lựa chọn các thông tin của sinh viên nữ có sự khác biệt với 2 nhóm khách thể trên và tương đối đồng đều giữa các loại thông tin. Các em quan tâm nhất là thông tin giải trí với tỷ lệ lên đến 88,2% và cũng ưa thích một số loại thông tin khác như: Mua/bán/tiêu dùng cá nhân (43,8%); Kiến thức, kỹ năng sống (42,3%), giáo dục và đào tạo nghề nghiệp (33,6%)... Tin tức thời sự và thông tin về sức khỏe/y tế được thể hệ trẻ ít quan tâm hơn hẳn so với các đối tượng hội viên, phụ nữ. Có thể thấy, mua/bán/ tiêu dùng là một trong những nhu cầu lớn của nhiều thanh niên, trong đó có sinh viên. Đây cũng là loại hình dịch vụ gắn nhiều với công nghệ số, với điện thoại thông minh thời gian gần đây. Bên cạnh đó, tuổi đời còn ít nên sinh viên chưa có nhiều kinh nghiệm về ứng xử các mối quan hệ xã hội. Vì vậy, tự trang bị các kiến thức, kỹ năng sống là cần thiết với các em. Điều này là dễ hiểu bởi vì so với nhóm hội viên và phụ nữ, sinh viên có nhu cầu được trang bị hiểu biết về chuyên môn, nghề nghiệp nhằm chuẩn bị hành trang trước khi ra trường, tham gia vào thị trường lao động.

Bảng 1. Các loại thông tin đã và đang tiếp cận thường xuyên nhất (%)

Loại thông tin	Hội viên	Phụ nữ	Sinh viên nữ
1. Tin tức thời sự, chính trị	89.0	90.2	41.2
2. Kiến thức sản xuất, kinh doanh	15.5	11.5	8.9
3. Sức khỏe/ y tế	77.3	63.0	38.6
4. Giáo dục và đào tạo, học nghề	7.2	6.5	33.6
5. Khoa học và công nghệ	4.4	2.5	17.1
6. Pháp luật	27.1	17.1	11.8
7. Giải trí	36.5	54.1	88.2
8. Kiến thức, kỹ năng sống	25.4	16.3	42.3
9. Mua/bán/tiêu dùng cá nhân	21.5	25.3	43.8

Nhóm nghiên cứu tiếp tục phân tách các loại thông tin tiếp cận thường xuyên nhất theo 4 nhóm tuổi của hội viên, phụ nữ (không bao gồm nhóm sinh viên nữ): Những người đang trong tuổi đoàn thanh niên (từ 30 trở xuống), nhóm tuổi từ 31- 45 là nhóm được xác định có đóng góp quan trọng nhất cho nghề nghiệp, nhóm từ 46 đến 55 và nhóm sau khi đã nghỉ hưu (trên 55 tuổi). Với cách phân tích này, có thể thấy rõ xu hướng là những người nhiều tuổi hơn sẽ quan tâm nhiều hơn đến 3 nhóm thông tin: (1) các tin tức thời sự, chính trị; (2) các thông tin về y tế, sức khỏe và (3) các kiến thức pháp luật. Ngược lại, nhóm những người trong tuổi đoàn thanh niên quan tâm nhiều đến các thông tin về: (1) giải trí, (2) mua bán, tiêu dùng cá nhân; và (3) các kiến thức kỹ năng sống. Sự khác biệt này hoàn toàn phù hợp với các phát hiện từ nhóm sinh viên nữ và là căn cứ quan trọng để Hội cũng như các tổ chức có liên quan nghiên cứu đưa ra các nội dung giáo dục, truyền thông phù hợp.

Bảng 2. Các loại thông tin đã và đang tiếp cận thường xuyên nhất theo nhóm tuổi của hội viên, phụ nữ (%)

Loại thông tin	Nhóm tuổi			
	Từ 30 tuổi trở xuống	31-45 tuổi	46-55 tuổi	Trên 55 tuổi
1. Tin tức thời sự, chính trị	74.4	90.2	91.8	94.3
2. Kiến thức sản xuất, kinh doanh	14.4	11.2	14.9	11.8
3. Sức khỏe/ y tế	45.6	59.5	67.2	82.0
4. Giáo dục và đào tạo, học nghề	6.7	11.7	6.0	2.6
5. Khoa học và công nghệ	3.3	3.4	3.7	2.2
6. Pháp luật	8.9	17.6	19.4	26.8

Loại thông tin	Nhóm tuổi			
	Từ 30 tuổi trở xuống	31-45 tuổi	46-55 tuổi	Trên 55 tuổi
7. Giải trí	57.8	45.9	48.5	49.1
8. Kiến thức, kỹ năng sống	24.4	14.1	23.1	18.4
9. Mua/bán/tiêu dùng cá nhân	41.1	30.7	20.9	14.0

*Các nguồn/ kênh thông tin được tiếp cận*

Bên cạnh các loại thông tin, nghiên cứu đã đưa ra thang đo tiếp cận các kênh/nguồn thông tin của đối tượng khảo sát với 5 mức độ, trong đó mức 1 là rất không thường xuyên và 5 là mức độ rất thường xuyên. Kết quả khảo sát cho thấy đối với hội viên của Hội thì có 4 nguồn thông tin mà hội viên tiếp cận nhiều nhất là: Ti vi (Điểm trung bình là 3.94); qua kênh Hội LHPN Việt Nam (3.99); Câu lạc bộ/ tổ/ nhóm (3.85) và qua mạng internet (3.59). Trong đó, kênh thông tin từ Hội vẫn được đánh giá cao nhất, ngay sau đó là tiếp cận qua các kênh truyền hình. Bên cạnh đó, các thông tin từ mạng xã hội và internet cũng ngày càng được hội viên đánh giá cao.

*Bảng 3. Mức độ tiếp cận các kênh/nguồn thông tin của hội viên*

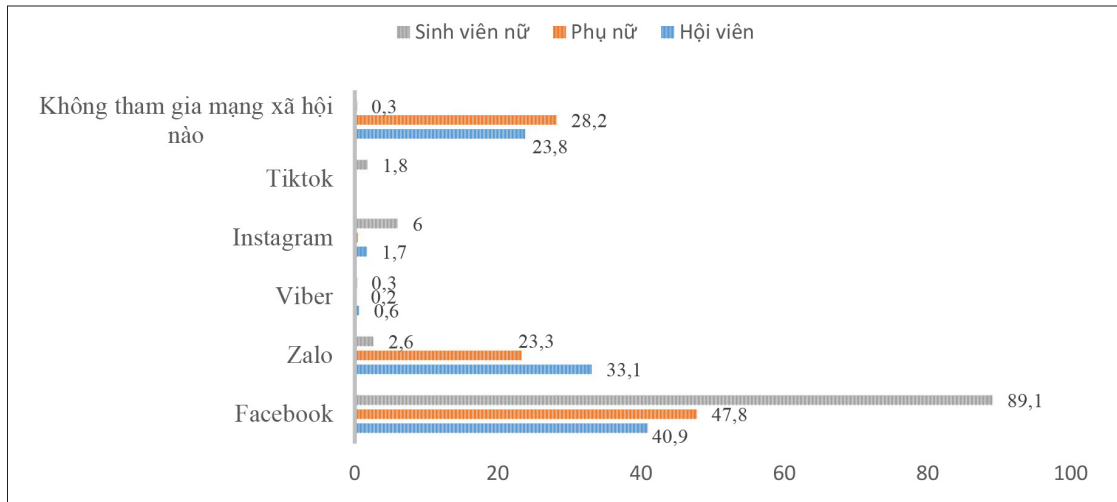
Kênh thông tin	Hội viên		Phụ nữ		Sinh viên nữ	
	Số lượng	Trung bình	Số lượng	Trung bình	Số lượng	Trung bình
1. Tivi/ truyền hình	177	3.94	464	3.70	380	2.66
2. Đài, Loa phát thanh	129	3.21	369	2.72	352	1.98
3. Báo giấy	99	2.74	300	2.44	319	1.84
4. Cổng thông tin điện tử / mạng internet	127	3.59	372	3.44	376	4.12
5. Sách, tài liệu khác	111	2.59	326	2.54	377	3.04
6. Mạng xã hội (bao gồm các nhóm, diễn đàn trên mạng)	128	3.46	366	3.42	383	4.28
7. Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam	176	3.99	399	3.27	294	2.18
8. Đoàn thanh niên, Hội liên hiệp thanh niên, Hội sinh viên Việt Nam	74	2.70	251	2.73	375	2.85
9. Câu lạc bộ/ tổ/ nhóm	140	3.85	301	3.03	354	2.94

Điểm trung bình về mức độ tiếp cận các nguồn thông tin của phụ nữ thấp hơn điểm trung bình của hội viên ở hầu hết các loại hình và những phụ nữ này cũng tiếp cận đến các thông tin thông qua tổ chức Hội. Tivi vẫn là kênh thông tin phổ biến và thường xuyên nhất đối với phụ nữ, tiếp đó là website và mạng xã hội. Khác với hai nhóm hội viên và phụ nữ, số liệu của nhóm sinh viên thể hiện khá rõ lợi thế vượt trội trong tiếp cận công nghệ số, thiết bị điện tử hiện đại. Các em thể hiện sự hứng thú đặc biệt với các kênh thông tin sử dụng công nghệ thông tin với điểm trung bình cao vượt trội, bao gồm: mạng xã hội (bao gồm các nhóm, diễn đàn trên mạng) (điểm trung bình là 4.28); cổng thông tin điện tử/mạng internet (điểm trung bình là 4.12). Bên cạnh đó, sách, tài liệu học tập cũng là nguồn thông tin sinh viên thường xuyên tiếp cận (điểm trung bình là 3.04). Mặc dù đang là những sinh viên, việc tham gia vào đoàn thanh niên, hội sinh viên là bắt buộc đối với nhóm khách thể này nhưng vai trò cung cấp thông tin của các tổ chức này cũng đang ở mức trung bình thấp. Họ chưa tham gia vào tổ chức Hội LHPN Việt Nam nhưng cũng có một tỷ lệ đáng kể sinh viên nữ tiếp cận đến các nguồn thông tin của Hội cung cấp. Có thể khẳng định những nguồn thông tin truyền thống đến từ báo giấy, đài phát thanh, và ngay cả truyền hình đang không thu hút được giới trẻ khi họ có quá nhiều lựa chọn khác dễ dàng, hấp dẫn và sát với nhu cầu của họ hơn.

#### *Việc tiếp cận các mạng xã hội*

Đánh giá về vai trò của mạng xã hội trong cung cấp, kết nối và định hướng thông tin, nhóm nghiên cứu đã tiến hành khảo sát xem mạng nào đang được hội viên, phụ nữ và sinh viên ưa dùng nhất. Kết quả cho thấy, hơn ba phần tư hội viên Hội LHPN Việt Nam đã và đang tham gia các mạng xã hội khác nhau, chiếm 76,2%. Trong đó, Facebook là mạng xã hội được ưa chuộng nhất (với 40,9%), tiếp đến là Zalo (33,1%). Những hình thức khác như Viber và Instagram ít phổ biến hơn đối với họ. Đối với phụ nữ chưa là hội viên, tỷ lệ sử dụng Facebook cao hơn (đạt 47,8%) nhưng tỷ lệ sử dụng Zalo lại thấp hơn hội viên (đạt 23,3%). Nguyên nhân cơ bản có lẽ đến từ chủ trương của Hội trong những năm gần đây triển khai xây dựng các diễn đàn/nhóm chia sẻ thông tin chính thống của Hội qua mạng Zalo, từng bước khai thác các tính năng của mạng xã hội này phục vụ cho hoạt động truyền thông giáo dục của Hội. Gần 100% sinh viên sử dụng mạng xã hội và chủ yếu tập trung vào sử dụng Facebook (89,1%) với tần suất, thời lượng ngày càng cao; các mạng xã hội khác đều có tỷ lệ sử dụng rất thấp. Có thể thấy, mạng xã hội đã trở thành kênh thông tin vô cùng quan trọng, đặc biệt với phụ nữ, hội viên trẻ tuổi và nữ sinh viên.

Đã có trang web của Hội Phụ nữ Bình Dương, có mạng xã hội, zalo để tăng cường quảng bá hoạt động và hình ảnh của Hội. Có nhóm zalo cấp tỉnh xuống đến cấp huyện, cấp huyện có nhóm zalo đến cấp xã; các chủ tịch HPN xã lại có mạng lưới zalo của các chi trường. Thực hiện chống dịch covid thì đã có các nhóm zalo: nhóm Báo cáo viên cung cấp thông tin để tuyên truyền; nhóm cán bộ chuyên trách của tỉnh; đến Chủ tịch Hội Phụ nữ cơ sở. Minh giao trách nhiệm cho chủ tịch HPN xã lập nhóm các chi tổ trường. *Ban Tuyên giáo tỉnh ủy lại có yêu cầu HPN tỉnh tham gia nhóm chỉ đạo (mật).*



Biểu 2. Mạng xã hội được sử dụng nhiều nhất (%)

Từ đầu nhiệm kỳ 2017-2022, trước thực tế ngày càng có nhiều hội viên, phụ nữ sử dụng mạng xã hội, các cấp Hội phụ nữ đã quan tâm và bước đầu chú trọng đầu tư cho việc sử dụng mạng xã hội để nắm bắt, định hướng thông tin cho hội viên phụ nữ cũng như chia sẻ, cung cấp thông tin cho cán bộ Hội các cấp. Khảo sát nhanh của Ban Tổ chức TW Hội năm 2019 với 48 tỉnh/thành phố cho thấy đã có 34 tỉnh lập trang Facebook, 10 tỉnh đã lập trang Facebook trong năm 2019. Nổi bật hơn cả là Hội LHPN TP Hồ Chí Minh với trang fanpage facebook được xây dựng tháng 10/2016, đến ngày 20/9/2019 đạt trên 23.574 người theo dõi. Trung bình mỗi tháng đăng gần 100 tin, bài và có thể lên tới 150 bài vào các thời gian cao điểm (tháng 3, 10 hoặc tháng có sự kiện lớn, thông tin được dư luận quan tâm...). Bên cạnh đó, trang fanpage của Hội LHPN TP Hồ Chí Minh còn thường xuyên chia sẻ các bài viết, thông tin từ các trang fanpage chính thống của các ban, ngành, đoàn thể của thành phố. Các tỉnh/ thành chủ yếu dùng 2 mạng chính là Facebook và Zalo cho các mục đích khác nhau. Mạng Zalo chủ yếu được sử dụng cho việc trao đổi thông tin nhanh trong cán bộ Hội và Facebook được sử dụng chủ yếu cho cung cấp thông tin về 51 hoạt động Hội và kiến thức, kỹ năng liên quan đến phụ nữ và trẻ em. Nhìn chung, mức độ sử dụng các mạng xã hội của các cấp Hội trong tuyên truyền rất khác nhau.

#### *Quan điểm về các nội dung liên quan đến mạng xã hội*

Nghiên cứu này đưa ra một số nhận định về vai trò của mạng xã hội trong bối cảnh đời sống hiện nay, quan điểm về việc sử dụng mạng xã hội với 5 mức độ đồng ý từ 1 đến 5, với mức 1 là Hoàn toàn không đồng ý và 5 là Hoàn toàn đồng ý. Nhìn chung, cả ba nhóm khách thể nghiên cứu đều đánh giá cao vai trò của mạng xã hội, thể hiện sự mong muốn sử dụng mạng xã hội khi có 4/6 tiêu chí đạt điểm trung bình từ 3,5 trở lên, có những tiêu chí đánh giá đạt trên 4 điểm. Cụ thể, cả ba nhóm khách thể đều đánh giá cao nhất tiêu chí “mạng xã hội là kênh cung cấp thông tin cho nhiều người tiếp cận nhất hiện nay” (với điểm trung bình lần lượt: Hội viên 4.12; Phụ nữ 3.98; Sinh viên 4.25). Tỷ lệ đồng ý với nhận định này cũng



là cao nhất ở cả 3 nhóm. Có lẽ tìm kiếm thông tin cũng là mục đích quan trọng nhất khi họ tiếp cận mạng xã hội.

*Trong bối cảnh mạng xã hội rất thông dụng thì cán bộ phụ nữ gần gũi chị em để gần gũi, nắm bắt định hướng thông tin chính xác. Phường tạo điều kiện cho cán bộ Hội Phụ nữ ứng dụng công nghệ thông tin, trang facebook của Hội Phụ nữ phường, có cả trang facebook của phường: thông tin các hoạt động đang diễn ra ở phường, đưa lên các thông tin hoạt động của phường, các chủ trương của Đảng, của phường... Trang facebook của Hội Phụ nữ phường có tới 5 nghìn fan. Chủ tịch Phường là quản trị viên mạng đó luôn.*

(PVS, nam, Lãnh đạo phường Tân Kỳ, Tân Phú, TP HCM)

Bên cạnh đó, nhận định “mạng xã hội là kênh cung cấp thông tin hấp dẫn, hiệu quả nhất” cũng được đánh giá khá cao, nhất là đối với nhóm sinh viên. Kết quả khảo sát cũng chỉ ra các nhóm cũng khá tự tin về khả năng phân biệt, lựa chọn các thông tin chính xác và cần thiết trên mạng xã hội (với điểm trung bình lần lượt: Hội viên - 3.90; Phụ nữ - 3.68; Sinh viên - 3.85). Về việc sẵn sàng tiếp nhận thông tin của các tổ chức đoàn thể thông qua mạng xã hội, cả ba nhóm đều có điểm trung bình trên 3,5; nhất là đối với hội viên và phụ nữ (3.77 và 3.64). Tỷ lệ đồng ý với nhận định này ở nhóm hội viên đạt 70%. Điều này đặt ra những gợi ý quan trọng để tổ chức Hội tăng cường sử dụng mạng xã hội như là một kênh thông tin, định hướng dư luận và giao tiếp với hội viên, phụ nữ.

Bảng 4. Quan điểm của hội viên, phụ nữ về các nội dung liên quan đến mạng xã hội

Nhận định	Hội viên		Phụ nữ		Sinh viên nữ	
	Tỷ lệ đồng ý	Điểm trung bình	Tỷ lệ đồng ý	Điểm trung bình	Tỷ lệ đồng ý	Điểm trung bình
1. Mạng xã hội là kênh cung cấp thông tin cho nhiều người tiếp cận nhất hiện nay	82.7	4.12	77.6	3.98	94.5	4.25
2. Mạng xã hội là kênh cung cấp thông tin hấp dẫn, hiệu quả nhất	54.9	3.47	54.0	3.54	65.8	3.68
3. So với các loại hình giải trí khác, tôi dành nhiều thời gian nhất cho mạng xã hội	43.4	3.09	44.5	3.23	55.4	3.39
4. Tôi sẵn sàng xem thông tin nếu các tổ chức cung cấp qua mạng xã hội	69.4	3.77	63.8	3.64	55.4	3.51
5. Tôi hoàn toàn có khả năng phân biệt, lựa chọn thông tin chính xác và cần thiết từ mạng xã hội	74.0	3.90	61.4	3.68	66.3	3.85
6. Các thông tin trên mạng xã hội có thể được kiểm soát tốt	49.4	3.38	46.0	3.30	32.9	2.98

Trong 6 tiêu chí đánh giá mạng xã hội, mức độ đồng tình “Các thông tin trên mạng xã hội có thể được kiểm soát tốt” đạt khá thấp ở cả 3 nhóm, mức độ đồng ý đạt chưa đến 50%, nhất là đối với nhóm sinh viên chỉ có khoảng một phần ba đồng ý. Điều này cho thấy sự thiếu tin tưởng của các nhóm khách thể về tính kiểm duyệt, kiểm soát các nội dung trên mạng xã hội, đặt ra những vấn đề về quản lý nhà nước và sự chung tay của cả xã hội trong xây dựng cơ sở dữ liệu, thông tin thực sự lành mạnh.

*Không nhất thiết tổ chức tuyên truyền thành hội nghị định kỳ mà chỉ cần qua mạng. Ứng dụng công nghệ thông tin càng ngày càng cần và Trung ương cũng nên hỗ trợ hướng dẫn. Hiện nay đã thực hiện họp triển khai qua zalo, facebook.... Nhưng cũng cần quản lý vì cũng nhiều bất cập trong việc đăng tải và tiếp nhận thông tin cần phải kiểm soát.*

(PVS, nữ, lãnh đạo Hội LHPN tỉnh Bắc Giang).

### **3.2. Mức độ tham gia vào Hội LHPN Việt Nam và các tổ chức khác**

Nhóm nghiên cứu đã khảo sát hội viên của Hội LHPN Việt Nam và 2 nhóm đối tượng khác theo 5 mức độ từ thấp đến cao. Mức thấp nhất là không tham gia vào bất kỳ hoạt động nào của tổ chức mặc dù là thành viên của tổ chức đó và mức tham gia cao nhất là tổ chức, điều hành các công việc của tổ chức – những người này có thể nắm giữ các chức vụ quản lý dù là ở cấp thấp nhất là các chi hội, tổ thành viên (Xem Hình 3). Đối với các hội viên của Hội LHPN Việt Nam, nhóm nghiên cứu hỏi trực tiếp mức độ tham gia vào các hoạt động của Hội, không hỏi sự tham gia vào các tổ chức khác (họ có thể đồng thời tham gia nhiều tổ chức khác nhau). Đối với phụ nữ và sinh viên, nhóm nghiên cứu hỏi về mức độ tham gia vào tổ chức mà họ đang là thành viên và họ cảm thấy “yêu thích tổ chức đó nhất”.

Kết quả nghiên cứu cho thấy gần 100% số hội viên được khảo sát có tham gia vào các hoạt động của Hội ở các mức độ khác nhau, trong đó, tham gia ở 2 cấp độ cao nhất (mức 4 và mức 5) đạt khoảng 50%. Mặc dù vậy cũng còn hơn 20% chỉ tiếp nhận các thông tin từ cán bộ Hội mà không tham gia vào các hoạt động cụ thể nào trong vòng 1 năm qua.

*Công tác tập hợp hội viên đều cao đạt từ 80% trở lên, đặc biệt là công tác hội viên nông cốt 25%, đây là nguồn lực để triển khai hoạt động, chương trình đến các hội viên, phụ nữ khác. Vận động nông cốt chính trị là 25%. Khi em đi qua Mặt trận Tổ quốc thì nhìn lại thấy Hội Phụ nữ là đoàn thể thu hút, quan tâm sâu được hội viên nhất, quan tâm các phong trào.*

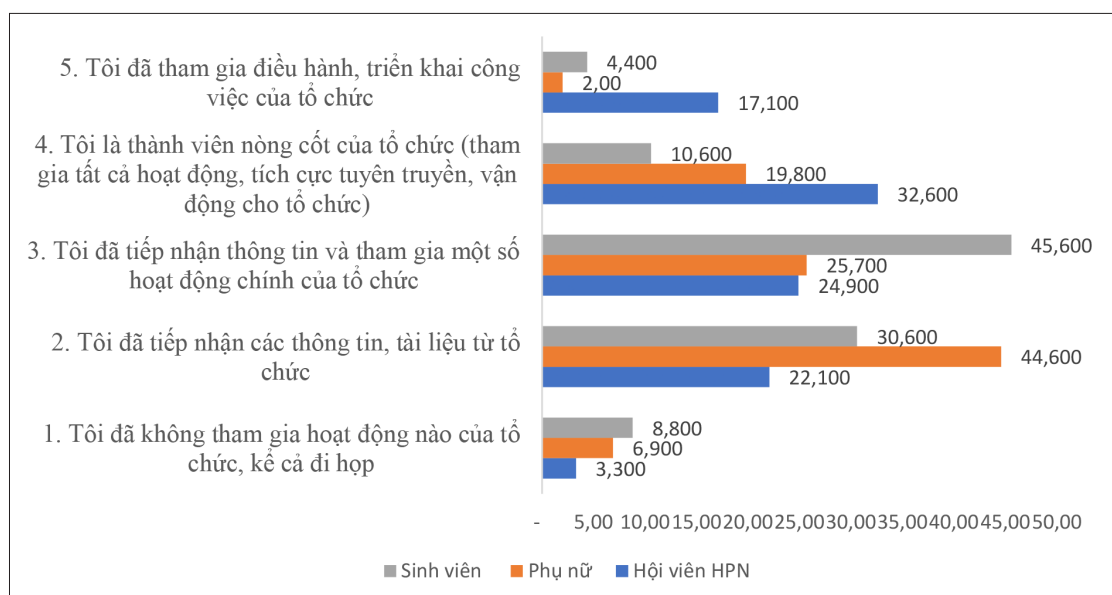
(PVS, nữ, lãnh đạo MTTQ, phường Chánh Nghĩa, TP Hồ Chí Minh)

*Hiện có rất nhiều mô hình hoạt động hiệu quả của phụ nữ: như con đường hoa, các hội viên phân công nhau chăm sóc, duy trì, họ vận động những người khác tham gia chăm sóc, duy trì. Riêng đối với đối tượng hội viên nông cốt (thực sự gần bó, tích cực tham gia tổ chức hội) rất đông, chiếm khoảng 80% rất tích cực tham gia các hoạt động Hội. Đối với phụ nữ di cư đến (trợ và làm công nhân trên địa bàn huyện) họ được tuyên truyền và cũng rất tích cực tham gia các hoạt động của Hội. Họ đề xuất được tham gia hoạt động của Hội ở địa phương do họ được tham gia các câu lạc bộ chăm sóc sức khỏe, hoặc được có chế độ thăm hỏi. Một số đối tượng hội viên đã cao tuổi,*

nhưng họ vẫn chưa muốn nghỉ sinh hoạt vẫn đóng tiền hội phí và tham gia các hoạt động Hội, tuy nhiên các hoạt động thường xuyên thì họ có thể vắng do cao tuổi.

(PVS, nữ, lãnh đạo Hội LHPN thị trấn Nếnh, huyện Việt Yên, Bắc Giang)

Cho dù như vậy, sự tham gia của các hội viên Hội LHPN Việt Nam còn cao hơn và gắn bó chặt chẽ hơn rất nhiều so với sự tham gia của 2 nhóm đối tượng còn lại vào các tổ chức mà họ là thành viên. Trên thực tế, nhóm phụ nữ và hội viên đang tham gia nhiều tổ chức/ mô hình khác nhau và nhóm nghiên cứu chỉ tập trung hỏi họ về sự tham gia vào “tổ chức yêu thích nhất”. Tỷ lệ có tham gia của 2 nhóm khách thể nghiên cứu này đều đạt trên 90% nhưng đều là tham gia ở mức độ thấp; chỉ có khoảng 15% sinh viên nữ tham gia ở 2 mức cao nhất, tỷ lệ này ở phụ nữ đạt cao hơn một chút – gần 22%. Hầu hết những người này đều chỉ dừng lại ở việc tiếp nhận thông tin từ tổ chức, trong đó, tỷ lệ sinh viên tham gia vào một số hoạt động chính của tổ chức mà họ là thành viên có cao hơn. Từ kết quả này có thể khẳng định Hội LHPN Việt Nam là một trong những tổ chức có được sự gắn bó, huy động được sự tham gia của hội viên tốt nhất, cho dù có những tác động ngày càng bất lợi từ các điều kiện kinh tế xã hội và những thay đổi căn bản từ việc ứng dụng công nghệ thông tin cho việc thông tin, tập hợp thành viên, hội viên.



Biểu 3. Thực trạng tham gia hoạt động theo các mức độ của Hội viên Hội LHPN Việt Nam và các đối tượng khác (%)

Tiếp theo, nhóm nghiên cứu tiếp tục so sánh, phân tích sự đa dạng trong tham gia vào các tổ chức, mô hình hoạt động, bao gồm: đoàn thể, tổ chức xã hội và các mô hình tập hợp khác. Có thể thấy, bên cạnh việc tham gia tổ chức Hội LHPN Việt Nam, nhóm hội viên tham gia khá nhiều vào Hội Nông dân, Hội Người cao tuổi và các loại hình câu lạc bộ khác tại địa phương; tỷ lệ tham gia đạt từ 30% đến gần 40%.

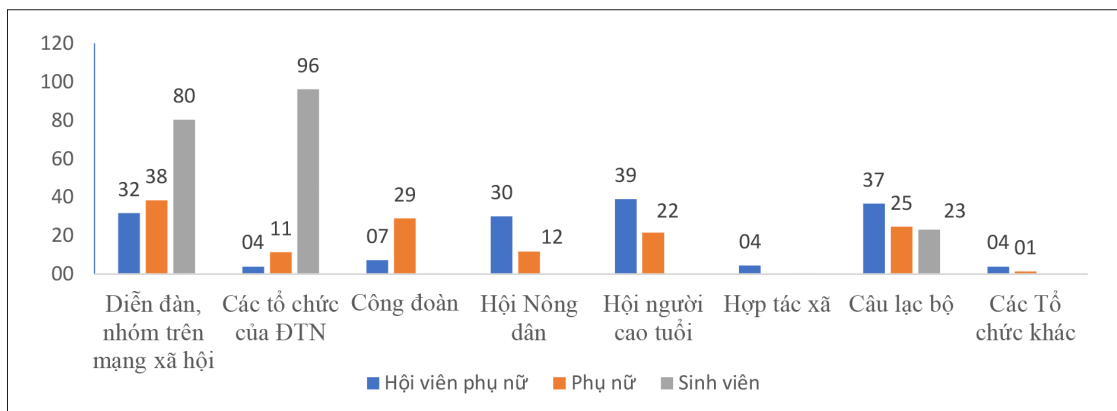
Với nhóm cao tuổi thì cứ trên 55 tuổi là chuyển sang Hội Người cao tuổi hết vì đồng trang lứa sẽ dễ trao đổi hơn.

(PVS, nữ, lãnh đạo Hội LHPN xã Phước Vĩnh, Phú Giáo, tỉnh Bình Dương)

Xu hướng họ muốn tham gia Hội Người cao tuổi hơn vì đáp ứng được mong muốn nhận được sự quan tâm về vấn đề hiểu. Mong muốn của Hội: Trong hoạt động của Hội có các hoạt động hướng đến Người cao tuổi như phát quà, mừng thọ.

(PVS, nữ, lãnh đạo Hội LHPN tỉnh Bắc Giang)

Có hơn 30% hội viên tham gia thành viên của các diễn đàn trên mạng xã hội. Đối với những phụ nữ chưa vào Hội, họ cũng tham gia vào nhiều tổ chức khác nhau nhưng với tỷ lệ thấp hơn. Đây có thể là những người trẻ hơn, nhiều người đi làm cho doanh nghiệp nên tỷ lệ tham gia diễn đàn mạng xã hội, tham gia đoàn thanh niên và công đoàn cao hơn nhóm hội viên. Đối với sinh viên, gần như 100% tham gia các tổ chức của đoàn thanh niên (Đoàn, Hội Liên hiệp Thanh niên, Hội sinh viên) và hơn 80% sinh viên tham gia các diễn đàn/ nhóm trên mạng xã hội (Biểu 4). Thực trạng này dẫn đến 2 vấn đề cần quan tâm: thứ nhất cần đẩy mạnh lồng ghép các nội dung hoạt động của Hội qua các tổ chức khác, các câu lạc bộ tại địa phương, nhất là những nội dung về bình đẳng giới, tiến bộ của phụ nữ; đảm bảo các hội viên, đối tượng khác có cơ hội tiếp cận cao hơn. Thứ hai, quan tâm xây dựng các mô hình tập hợp trên diễn đàn để tập hợp những phụ nữ, sinh viên muốn vào Hội, đẩy mạnh truyền thông qua kênh mạng xã hội đến với hội viên và các đối tượng khác.



Biểu 4: Tỷ lệ tham gia các tổ chức đoàn thể, hội, nhóm và diễn đàn mạng xã hội (%)

Xem xét chi tiết hơn mức độ tham gia của sinh viên vào “tổ chức yêu thích nhất” theo thời gian học tập, dữ liệu khảo sát đã cho thấy, mức độ tham gia của sinh viên năm thứ ba thấp nhất khi tỷ lệ tham gia ở hai mức đầu tiên khá cao: “không tham gia hoạt động nào, kể cả đi họp” hoặc tỷ lệ “chỉ tiếp nhận các thông tin phổ biến từ cán bộ của tổ chức” đó cao hơn các nhóm sinh viên khác, lần lượt đạt 11,1% và 35,2%. Sinh viên năm thứ nhất và năm thứ tư có sự tham gia vào tổ chức tích cực hơn, với gần 70% tham gia vào các cấp độ cao hơn. Trong

đó, sinh viên năm thứ tư là “thành viên nòng cốt của tổ chức” hoặc “tham gia điều hành, triển khai công việc của tổ chức” chiếm tỷ lệ cao nhất trong các nhóm, với gần 20%.

### 3.3. Quyền lợi và trách nhiệm khi tham gia tổ chức, mô hình tập hợp

Mọi tổ chức, cho dù là các tổ chức chính trị xã hội, nếu có kết nạp thành viên đều xây dựng, xác định rõ quyền lợi và nghĩa vụ của thành viên. Thông qua phân tích các quyền lợi, nghĩa vụ, chúng ta có thể thấy những điểm thu hút, sức mạnh của các tổ chức đối với các thành viên và xã hội. Tuy nhiên, có những quyền lợi và nghĩa vụ không phải thành viên nào cũng nhận diện được đầy đủ, nhất là với những người mới vào tổ chức, những thành viên kém tích cực, có trình độ, năng lực hạn chế; hoặc sẽ khó nhận diện hơn đối với những quyền lợi mang ý nghĩa tinh thần, có tính xã hội hoặc nhằm mục tiêu xây dựng năng lực của cá nhân, tổ chức và cộng đồng. Nhiều quyền và trách nhiệm đòi hỏi có sự truyền thông, giải thích đầy đủ, mất thời gian mới có thể được cảm nhận đầy đủ, trở thành những ưu thế vượt trội trong thu hút thành viên mới hoặc được xã hội ghi nhận. Mặc dù mỗi tổ chức xác định những quyền và nghĩa vụ khác nhau, nhóm nghiên cứu cố gắng phân tích, nhóm lại thành 7 tiêu chí đánh giá quyền lợi và 4 tiêu chí đánh giá nghĩa vụ của thành viên đối với tổ chức. Thực tế thì Hội LHPN Việt Nam có thể tổ chức rất nhiều hoạt động khác nhau, mang đến những lợi ích cho cả hội viên và phụ nữ nhưng qua theo dõi các nhiệm kỳ gần đây, có thể khẳng định 7 nhóm tiêu chí về quyền lợi đã phản ánh khá đầy đủ sự chăm lo, đại diện của Hội đối với các tầng lớp phụ nữ. Thông qua phân tích so sánh 3 nhóm khách thể nghiên cứu, có thể khẳng định hội viên của Hội LHPN Việt Nam nhận diện đầy đủ hơn về các lợi ích nhận được khi tham gia vào Hội. Ngoại trừ việc cung cấp, chia sẻ thông tin là hoạt động chung của hầu hết các tổ chức và được phần lớn khách thể nghiên cứu nhận diện, tỷ lệ hội viên của Hội nhận được các quyền lợi đều cao hơn ở cả 6 tiêu chí còn lại nếu so sánh với phụ nữ tham gia các tổ chức khác ngoài Hội, cao hơn ở 5 tiêu chí nếu so sánh với sinh viên nữ tham gia các tổ chức khác. Sự chênh lệch ở nhiều tiêu chí là rất lớn, nhất là các quyền lợi liên quan đến bảo vệ, tư vấn pháp lý; được vay vốn, gửi tiết kiệm, bảo hiểm vi mô và được tập huấn, đào tạo nâng cao kiến thức, năng lực của bản thân.

*Từ trước vẫn có mô hình văn hóa văn nghệ, thể dục thể thao, giúp đỡ phụ nữ khó khăn. Kêu gọi các chị để các chị ấy nắm được: Mô hình Nuôi heo đất, con đường trồng hoa, những chị em nòng cốt là rất tích cực tham gia như chị hội Bảo vệ môi trường, lan tỏa ra những chị em chưa tích cực. Có phong trào Phụ nữ khởi nghiệp. Hội Phụ nữ chỉ góp phần nhỏ, định hướng cho chị em thôi, thì rất hiệu quả, có nhiều mô hình ra đó tạo điều kiện vay vốn, ứng dụng khoa học công nghệ, mô hình nuôi gà vịt khá hiệu quả, các chị em khác nhìn vào thấy là được Hội giúp đỡ thì cũng rất tốt, vận động thu hút chị em thêm.*

(PVS, nữ, lãnh đạo Hội LHPN xã An Bình, Phú Giáo, tỉnh Bình Dương)

Sự vượt trội về các quyền lợi do tổ chức Hội mang lại tiếp tục khẳng định Hội LHPN Việt Nam là một tổ chức đoàn thể hoạt động hiệu quả, mang lại nhiều lợi ích nhất cho hội viên cũng như cộng đồng. Kết quả nghiên cứu có thể được sử dụng để truyền thông hiệu quả về hình ảnh, lợi ích khi tham gia vào Hội. Đối với nhóm phụ nữ chưa là hội viên, bên cạnh

các quyền lợi về tiếp nhận thông tin, họ cũng đánh giá cao các quyền lợi về được “Tham gia các hoạt động trực tiếp của tổ chức” và “được hỗ trợ, chia sẻ về vật chất, tinh thần khi gặp khó khăn”. Nhóm sinh viên nữ đánh giá cao 3 lợi ích khi tham gia tổ chức: “Được chia sẻ, cung cấp thông tin”, “được tham gia các hoạt động trực tiếp” và “được tập huấn/đào tạo”.

Bảng 5. Nhận diện về quyền lợi khi tham gia vào Hội và các tổ chức (%)

Quyền lợi	Hội viên Hội phụ nữ	Phụ nữ	Sinh viên nữ
1) Được cung cấp, chia sẻ thông tin	85.6%	80.5%	92.9%
2) Được tham gia các hoạt động trực tiếp của tổ chức	69.1	46.8	73.7
3) Được tập huấn/ đào tạo	60.8	25.9	46.8
4) Được vay vốn, gửi tiết kiệm, bảo hiểm vi mô	63.5	31.6	4.4
5) Hỗ trợ, chia sẻ vật chất, tinh thần khi gặp khó khăn	64.6	44.4	38.9
6) Được Bảo vệ, tư vấn pháp lý	50.3	20.1	15.9
7) Các lợi ích vật chất/ thu nhập từ tổ chức, hoạt động của tổ chức	26.0	15.2	9.9

Tương tự như nhận diện về quyền lợi, sự nhận diện về các nghĩa vụ đối với tổ chức cũng có sự khác biệt căn bản giữa 3 nhóm khách thể nghiên cứu, phản ánh những dấu ấn của Hội trong tổ chức hoạt động và những thay đổi trong nhận thức của hội viên Hội LHPN Việt Nam.

Bảng 6. Nhận diện về nghĩa vụ khi tham gia vào Hội và các tổ chức (%)

Nghĩa vụ của thành viên	Hội viên HPN	Phụ nữ	Sinh viên
1. Đóng hội phí, lệ phí, đóng góp tài chính cho tổ chức	91.1%	71.7%	65.2%
2. Tham gia họp trong năm	71.1%	36.4%	47.1%
3. Chia sẻ thông tin, góp ý cho tổ chức, thành viên khác	64.4%	42.8%	61.3%
4. Tham gia, điều hành các hoạt động của tổ chức	70.0%	35.8%	59.1%

Ở cả 4 tiêu chí mô tả nghĩa vụ của thành viên, tỷ lệ hội viên của Hội nhận diện được đầy đủ các nghĩa vụ đều đạt trên 60%, có tiêu chí đạt trên 90%. Như vậy gần như toàn bộ hội viên nhận thức được trách nhiệm phải đóng hội phí và các nghĩa vụ tài chính khác cho Hội. Chỉ có điều mức hội phí hiện tại là quá thấp, không có đóng góp nhiều cho tổ chức và nâng cao chất lượng hoạt động. Đối với những phụ nữ chưa tham gia tổ chức Hội, họ nhận thức khá tốt về nghĩa vụ tài chính đối với tổ chức, các nghĩa vụ khác thì có đến hơn 50% không nhận ra. Nhóm nữ sinh viên có vẻ nhận thức đầy đủ hơn nhóm phụ nữ về các nghĩa vụ, kể cả việc

tham gia hoạt động, tổ chức công việc của tổ chức. Đây cũng là một thuận lợi quan trọng cho Hội nếu muốn phát triển tổ chức trong các cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng; hoàn toàn có cơ sở để thúc đẩy tinh thần tham gia của sinh viên.

#### 4. Kết luận

Kết quả nghiên cứu cho thấy một số điểm đáng chú ý như sau:

*Thứ nhất*, các loại thông tin mà hội viên và phụ nữ thường theo dõi là tin tức thời sự; sức khỏe y tế; thông tin giải trí trong khi sinh viên nữ quan tâm nhất là thông tin giải trí. Những người nhiều tuổi xem nhiều hơn các tin tức thời sự, chính trị; thông tin về y tế, sức khỏe và kiến thức pháp luật. Nhóm trong tuổi đoàn ưa thích thông tin giải trí; mua bán, tiêu dùng cá nhân và các kiến thức, kỹ năng sống. Trong các nguồn thông tin, Hội LHPN Việt Nam được hội viên đánh giá cao nhất. Bên cạnh đó, nhóm sinh viên hứng thú với các kênh thông tin sử dụng công nghệ thông tin như mạng xã hội, cổng thông tin điện tử/mạng internet. Các mạng xã hội được hội viên, phụ nữ và sinh viên tham gia khá nhiều, trong đó phổ biến nhất là Facebook và Zalo. Họ đều đánh giá cao vai trò của mạng xã hội và thể hiện tinh thần sẵn sàng tiếp nhận các thông tin của các đoàn thể thông qua mạng xã hội. Các dữ liệu về loại thông tin, kênh thông tin và việc sử dụng mạng xã hội của hội viên, phụ nữ và sinh viên là những gợi ý cho các cấp Hội triển khai các hoạt động thu hút, tập hợp với các nội dung, cách thức phù hợp với nhu cầu của từng đối tượng.

*Thứ hai*, mức độ tham gia của hội viên vào các hoạt động của Hội cao hơn rất nhiều so với phụ nữ và sinh viên nữ ở các tổ chức yêu thích cho thấy Hội là một trong những tổ chức gắn bó, huy động được. Tuy nhiên, còn một bộ phận hội viên chưa tích cực khi chỉ tiếp nhận các thông tin từ cán bộ Hội mà không tham gia hoạt động cụ thể nào trong vòng 1 năm qua. Bên cạnh đó, hội viên cũng tham gia khá nhiều vào Hội Nông dân, Hội Người Cao tuổi và các loại hình câu lạc bộ khác tại địa phương. Trong khi đó, sinh viên thường tham gia vào các diễn đàn/nhóm trên mạng xã hội nhiều hơn các tổ chức khác.

*Thứ ba*, hội viên của Hội LHPN Việt Nam nhận diện đầy đủ hơn về các lợi ích nhận được khi tham gia vào Hội. Các hoạt động của Hội đã mang lại nhiều lợi ích cho các thành viên, nổi bật hơn các tổ chức khác ở một số hoạt động: bảo vệ, tư vấn pháp lý; được vay vốn, gửi tiết kiệm, bảo hiểm vi mô và được tập huấn, đào tạo nâng cao kiến thức, năng lực của bản thân. Bên cạnh đó, gần như toàn bộ hội viên nhận thức được trách nhiệm phải đóng hội phí và các nghĩa vụ tài chính khác cho Hội. Nhóm nữ sinh viên nhận thức về nghĩa vụ đầy đủ hơn phụ nữ, là thuận lợi cho Hội phát triển tổ chức trong các cơ sở giáo dục đại học, cao đẳng.

#### Tài liệu tham khảo

Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam (2020). Chiến lược phát triển Hội Liên hiệp Phụ nữ Việt Nam đến năm 2030, tầm nhìn 2035 (Ban hành kèm theo Nghị quyết số 15/NQ BCH ngày 08 tháng 9 năm 2020 của Ban Chấp hành Trung ương Hội Liên hiệp phụ nữ Việt Nam).