

TÌM HIỂU MỘT NHÓM CÔNG VIỆC NỘI TRỢ TRONG GIA ĐÌNH Ở HÀ NỘI HIỆN NAY

TRINH DUY LUÂN

Công việc nội trợ là một vấn đề không tách rời sinh hoạt thường ngày trong đời sống gia đình và thường được đề cập đến trong nhiều nghiên cứu xã hội học. Gắn liền với nó là nhiều vấn đề kinh tế - xã hội, mà trước hết phải kể đến vấn đề lao động nội trợ của người phụ nữ và vấn đề vai trò của mạng lưới thương nghiệp - dịch vụ thành phố. Công việc nội trợ, như V.I.Lênin đánh giá, “trong đa số trường hợp, là thứ lao động có năng suất thấp nhất, man rợ nhất và nặng nhọc nhất, mà người phụ nữ phải gánh vác”... Đây là một thứ lao động cực kỳ nhỏ mọn, chẳng chứa đựng một mảy may nào những yếu tố khả dĩ góp phần phát triển người phụ nữ...”⁽¹⁾. Đó cũng là một trở lực to lớn trên con đường tạo ra những điều kiện cần thiết để phát triển con người toàn diện.

Nghiên cứu xã hội học ở các nước xã hội chủ nghĩa chỉ ra rằng: ngay cả trong điều kiện kinh tế phát triển, vấn đề người phụ nữ và các công việc nội trợ, vấn đề tổ chức mạng lưới thương nghiệp - dịch vụ cũng chưa phải đã được giải quyết tốt lắm. Những điều tra xã hội học về quỹ thời gian của người lao động cho thấy như sau: ở Bungari, thời gian dành cho công việc nội trợ của người phụ nữ chiếm 17,8% thời gian hàng ngày, nam giới chỉ có 8,7%. Ở Hungari, 80% công việc nội trợ của phụ nữ đảm nhận. Ở Cộng hòa dân chủ Đức, người phụ nữ sử dụng 37,1 giờ/tuần cho công việc nội trợ, nam giới là 6,1 giờ⁽²⁾. Ở Liên Xô, qua số liệu điều tra, các nhà xã hội học Leningrát tính ra rằng: hằng tuần, một gia đình phải bỏ ra 39 giờ cho các công việc nội trợ, trong đó 60%

¹ V.I.Lênin: *Toàn tập*. tập 39, tr. 202.

² Xem : *Nội thương Bungari*, số 1. 1979 (tiếng Bungari)

là thời gian chuẩn bị bữa ăn và mua sắm các vật phẩm tiêu dùng. Riêng thời gian giặt giũ gộp lại là 210 giờ/năm, tương đương với một kỳ nghỉ phép. Và tất cả các công việc này chủ yếu là do phụ nữ đảm nhận (³).

Những năm gần đây, ngành xã hội học nước ta cũng đã triển khai nhiều nghiên cứu cụ thể đề cập đến vấn đề này trên hai khối chỉ báo cơ bản là *thời gian chi phí* và *tần suất* (hay cường độ) của các hoạt động có tính chất nội trợ trong các gia đình cán bộ, công nhân, viên chức ở Hà Nội. Dưới đây xin nêu vài đặc điểm của một nhóm công việc nội trợ: đó là việc mua sắm các vật phẩm tiêu dùng thiết yếu hằng ngày, phân công việc nội trợ khá vất vả đối với các gia đình thành phố thời gian qua. Số liệu điều tra thu được cho thấy một tình hình như sau :

- Về thời gian, trung bình mỗi ngày, người phụ nữ Thủ đô dành 3 giờ 15 phút cho công việc nội trợ, nam giới dành 1 giờ 50 phút. Riêng ngày chủ nhật, phụ nữ phải bỏ ra 6 giờ, nam giới 3 giờ cho công việc này.

- Về cơ cấu cường độ, tính chung trong toàn bộ các hoạt động lui tới các cơ sở thương nghiệp - dịch vụ, phần hoạt động mua sắm các vật phẩm tiêu dùng hàng ngày chiếm tỷ lệ 57% . Đây là phần công việc nội trợ mà các gia đình thành phố tốn nhiều thời gian và công sức nhất. Điển hình là việc mua lương thực, thực phẩm, đi chợ. Riêng mua lương thực, tính ra trung bình một lần đi mua hết 1 giờ 36 phút ngày thường và 2 giờ 24 phút ngày nghỉ, và 1 tháng phải đi mua nhiều lần. Đối chiếu với tỷ lệ 4,7 % mức độ tham gia vào các hoạt động văn hóa tinh thần (xem phim, ca kịch,...), ta thấy một sự thật là: ở hầu khắp các gia đình cán bộ, công nhân, viên chức Thủ đô hiện nay, phần lo toan cho những nhu cầu cơ bản trước mắt, thiết thực là những lo toan cho đời sống vật chất hằng ngày.

Xem xét chi tiết cách thức các gia đình tham gia vào hoạt động có tính chất nội trợ này, ta thấy:

1 Trong các công việc mua sắm cho bữa ăn gia đình hằng ngày, chiếm 93% là việc mua sắm cho *bữa ăn tại nhà*, chỉ có 7%

³ Xem Tạp chí Kinh tế nhà ở và phục vụ công cộng, số 1, 1980, tiếng Nga

dành cho các hoạt động ăn uống ở ngoài nhà, tại các cửa hàng ăn uống quốc doanh hay tư nhân (bao gồm ăn sáng, điểm tâm, giải khát). Có nghĩa là các cửa hàng ăn uống, các nhà ăn tập thể... hầu như không giữ vai trò gì đáng kể trong sinh hoạt hàng ngày của các gia đình. Ngay cả trong quan niệm của dân cư, thật khó hình dung ra một kiểu “ăn tập thể”, một kiểu “nhà ăn” hay “cửa hàng ăn uống” nào là phù hợp với họ, mặc dù người ta đã bàn nhiều đến lợi ích kinh tế và xã hội của nó. Bữa ăn gia đình vẫn nhất thiết phải là bữa ăn tại nhà. Đặc điểm này phải là căn cứ cho mọi ý đồ triển khai một kiểu “nhà ăn tập thể” hay một “cửa hàng ăn uống” nào đó tại các khu ở, cho việc tìm ra cách phối hợp tốt nhất giữa sở thích cá nhân và lợi ích xã hội trong vấn đề này.

2. Về mặt không gian diễn ra các hoạt động này, tính chung có 67% các công việc mua sắm được thực hiện ngay tại khu ở (tại các điểm thương nghiệp dịch vụ có trong khu ở), 26% diễn ra tại nơi làm việc và trên các tuyến đường đi về (chủ yếu là mua rau quả thực phẩm). Cũng đáng lưu ý tới các không gian giao tiếp có tính chất “động” này. Đây là một thói quen đã khá ổn định của dân cư và còn có khả năng tăng lên cùng với sự phát triển của mạng lưới giao thông thành phố. Kết quả là dọc các tuyến đường mà dân cư hàng ngày phải đi qua, bên cạnh các quầy hàng của thương nghiệp quốc doanh, đã mọc lên vô số các chợ nhỏ dọc hè phố mà khó có thể ngăn cấm hay “đẹp” đi được. Cần nhìn thấy ở đây một nhu cầu khách quan của người lao động thành phố. Thiết nghĩ, nên có sự phối hợp của ngành nội thương và công tác bảo vệ trật tự giao thông, trật tự trị an, để đảm bảo thỏa mãn nhu cầu thích đáng này của dân cư. Chẳng hạn, trên các trục đường chính, ngành nội thương có thể tăng mật độ các quầy, các xe lưu động bán rau quả, thực phẩm vào giờ tan tầm. Còn với các chợ nhỏ thì nên bố trí, quy định địa điểm, thời gian, phạm vi hợp lý, sao cho người lao động trên đường về chỉ cần dừng xe 5-10 phút là mua được những vật phẩm cần thiết cho bữa ăn hằng ngày. Họ sẽ không mất thời gian gửi xe, lấy xe để vào các chợ lớn, nhất là khi trên xe còn lủng củng nhiều thứ khác và thậm chí cả trẻ nhỏ.

3. Trong việc mua sắm cho bữa ăn gia đình, tính chung cứ 100 lần thì phụ nữ đảm nhận 71 lần, nam giới 29 lần. Còn trong hoạt

động ăn uống ở ngoài nhà, thì trái lại, phụ nữ 10 lần, nam giới 60 lần. Tức là trong việc mua sắm cho bữa ăn tại nhà, phụ nữ gánh vác 3/4 công việc, còn trong việc ăn uống ở ngoài nhà, họ lại ít tham dự hơn nam giới. Trong việc mua sắm này, các gia đình thường tiếp xúc với những cơ sở thương nghiệp dịch vụ quốc doanh hơn (75%) bao gồm việc mua sắm các mặt hàng được phân phối định lượng, theo tem phiếu. Phần còn lại là những giao tiếp với thị trường tự do (25%).

Ở góc độ chung, trong việc tham gia vào các công việc nội trợ này, hầu như không có sự khác biệt có ý nghĩa nào giữa ba tầng lớp nghề nghiệp khác nhau (tri thức, viên chức, công nhân). Có thể nghĩ là những điều kiện mà xã hội hiện nay bảo đảm được cho các gia đình đã là *những điều kiện trung bình cần thiết* (nếu không nói là tối thiểu), vì vậy nó chưa làm nảy sinh những khác biệt rõ nét.

4. Sự tham gia của nam giới vào việc mua sắm cho bữa ăn gia đình (bao gồm mua lương thực, thực phẩm, rau quả, chất đốt) mang những đặc điểm như sau:

a) Họ lui tới các cơ sở thương nghiệp dịch vụ quốc doanh nhiều hơn so với các cơ sở tư nhân và ở các chợ (31% và 18%), và chủ yếu là họ đi mua lương thực, chất đốt, ít khi họ mua rau, thịt, mắm, muối.

b) Trên ba địa điểm mua sắm :

- Gần nơi ở (ngay trong khu ở hoặc lân cận);
- Tại cơ quan công tác hay dọc đường đi về;
- Ở những nơi khác;

họ tham gia nhiều nhất ở địa điểm thứ hai, đặc biệt là thông qua hợp tác xã tiêu thụ của cơ quan.

Do khó khăn trong phân phối lưu thông, một bộ phận phục vụ là các hợp tác xã tiêu thụ của các cơ quan, xí nghiệp đã hình thành như một đơn vị trong hệ thống thương nghiệp dịch vụ thành phố. Qua số liệu của chúng tôi, bộ phận phục vụ này đảm bảo được 17% việc mua rau quả, thực phẩm và 18,7% việc mua công nghệ phẩm cho các gia đình công nhân, viên chức. Và chính ở cơ sở phục vụ này nam giới tham gia với tỷ lệ cao nhất (12%). Như vậy là với ý nghĩa phục vụ, trợ giúp các gia đình trong những nhu cầu thiết yếu, các cơ sở phục vụ tại cơ quan công tác đã đóng một vai trò đáng kể. Với người phụ nữ, vô hình trung nó còn tạo điều kiện

để nam giới giúp đỡ phụ nữ nhiều hơn trong việc này (dù sao mua bán ngay trong cơ quan cũng tiện hơn xếp hàng chầu chực ngoài phố hay ngoài chợ!). Đương nhiên, phải làm sao để khỏi có một cái chợ ngay trong cơ quan, xí nghiệp, tạo điều kiện cho sự lỏng lẻo kỷ luật lao động.

5. Phân tích cách thức tham gia vào công việc nội trợ này giữa nam giới và phụ nữ trong các gia đình công nhân, viên chức và trí thức cho thấy một tình hình là: nam công nhân tham gia nhiều nhất, sau đó là nam viên chức, và cuối cùng, nam trí thức tham gia ít hơn. Điều này thể hiện cả trên từng phân nhóm hoạt động riêng lẻ như sau :

Sự tham gia của nam giới tính bằng % so với phụ nữ
trong việc mua sắm cho bữa ăn gia đình hằng ngày.

Tầng lớp nghề nghiệp	Công nhân	Viên chức	Trí thức
Địa điểm mua sắm			
Ở các cơ sở thương nghiệp dịch vụ quốc doanh	35	27	29
Ở các cơ sở thương nghiệp dịch vụ tư nhân	28	19	14
Ở nơi làm việc và trên đường đi về	41	26	22
Riêng việc mua rau quả, thực phẩm	39	23	19

Đem đối chiếu với một hoạt động sinh hoạt có tính chất điển hình là “may, sửa quần áo” thì thấy một tình hình như sau: phụ nữ và nam giới có mức độ tham gia gần như nhau: phụ nữ 52%, nam giới 48%. Như vậy là vấn đề mối quan hệ giữa nam giới và phụ nữ trong các công việc nội trợ và sinh hoạt hàng ngày là một vấn đề đang vận động; song ở một mức độ nào đó, nội dung căn bản của nó nằm trong các công việc nội trợ, thì hầu như vẫn chưa có những chuyển biến căn bản theo hướng giảm bớt sự khác biệt giữa hai giới, giữa các tầng lớp nghề nghiệp trong vấn đề này.

Do nhiều nguyên nhân khách quan và chủ quan, lao động nội trợ gia đình trong thành phố chúng ta còn mang những nét đặc thù. Là thứ lao động giản đơn nhưng năng suất lại rất thấp, nó thường đi kèm một tâm trạng mệt mỏi không thỏa mãn của người lao động sau ngày làm việc. Tâm trạng đó chưa hẳn đã là do sự mâu thuẫn, sự căng thẳng giữa cung và cầu tạo nên. Nhiều khi đó chỉ là kết quả là sản phẩm của một cách thức tổ chức phục vụ và phân phối. Về tâm lý, điều này cứ tái diễn hằng ngày, tích tụ lại, sẽ làm mệt mỏi thêm cả thể chất lẫn tinh thần của người lao động và đôi khi là nguyên cơ làm nặng nề bầu không khí sinh hoạt gia đình.

Về mặt kinh tế và xã hội, giải quyết vắn đề các công việc nội trợ bằng cách động viên sự tham gia của nam giới là cần thiết, song rõ ràng không thể là hướng đi chủ yếu và có tính chất quyết định. Hướng đi chủ yếu và có tính quyết định ở đây là phải tạo điều kiện để rút ngắn và giảm nhẹ lao động nội trợ, tạo khả năng thay thế dần lao động này bằng những hình thức do xã hội đảm nhận. Tức là phải có một hệ thống thương nghiệp dịch vụ hoàn thiện, đặc biệt là ở khía cạnh tổ chức phục vụ. Người nội trợ xã hội này sẽ gánh một phần đáng kể công việc cho những người nội trợ gia đình dưới các dạng phục vụ phong phú, linh hoạt và có năng suất cao. Khác với kiểu “san gánh” - tức là, gánh nặng các công việc nội trợ vẫn như cũ, nhưng được “phân phối lại” cho các thành viên trong mỗi gia đình, hướng đi nói trên sẽ thực sự góp phần giảm nhẹ gánh nặng cho mọi gia đình, *giảm tuyệt đối* thời gian, sức lực mà họ phải tiêu tốn vào đó. Đồng thời, chính sự hoàn thiện hệ thống thương nghiệp - dịch vụ lại tạo điều kiện động viên, thu hút nam giới tự giác tham gia vào các công việc nội trợ, làm *giảm tương đối* sự khác biệt giữa hai giới trong vắn đề này. Bởi vậy, phát triển và hoàn thiện mạng lưới thương nghiệp dịch vụ thành phố không chỉ là đòi hỏi của các gia đình nói chung, mà còn là đòi hỏi cấp thiết của chính những người phụ nữ.

Chỉ trên cơ sở phát triển sản xuất, đời sống của người lao động mới được cải thiện dần. Song trong điều kiện hiện nay, chúng ta vẫn hy vọng ngành thương nghiệp có được những phương thức tổ chức phân phối khoa học, linh hoạt, góp phần giúp các gia đình thành phố giảm bớt khó khăn trong sinh hoạt, đảm bảo cho công tác lao động sản xuất và học tập ngày một tốt hơn.