

XÃ HỘI HỌC THỰC NGHIỆP

Mấy vấn đề về nghiên cứu và thực thi chiến lược truyền thông dân số tại địa bàn nông thôn đồng bằng Bắc Bộ

TRẦN TIẾN ĐỨC

TRƯƠNG XUÂN TRƯỜNG

Những năm gần đây nghiên cứu về dân số ở nước ta đã phát triển lên một bước mới, cao hơn. Vào đầu những năm 80 trở về trước thì hầu như chưa có gì để nói. Vậy mà chưa đầy một thập niên, với các hoạt động và nghiên cứu về dân số - kế hoạch hóa gia đình, đến nay chúng ta đã thực sự tiếp cận vào vấn đề nóng bỏng này, có những nhìn nhận và đánh giá đúng đắn về thời kỳ quá độ dân số ở nước ta. Có được thành tựu đó, có lẽ phải tính đến việc đầu tư đúng đắn và tập trung chiều sâu như đào tạo chuyên gia, nghiên cứu lý thuyết, khảo sát thực tế bằng những phương tiện đang được coi là hữu hiệu của thời đại. Từ đó có thể nhìn nhận rằng khả năng đạt được việc kiểm soát mức sinh ở nước ta chưa phải là ngay trước mắt nhưng chắc chắn không còn là chuyện hoang đường nữa.

Trong xu hướng phát triển đúng đắn đó, đã bắt đầu nổi lên một vấn đề lớn, với nó, người ta ngày càng khẳng định được ý nghĩa quan trọng quá trình biến đổi dân số của một quốc gia hiện đại, đó là nghiên cứu truyền thông dân số và các hoạt động thực thi truyền thông dân số. Nếu chúng ta nhất trí rằng cần phải có ba yếu tố để có thể kiểm soát được mức sinh là: 1) Sự chuyển đổi triệt để từ vị trí chủ đạo của quan hệ phân tộc sang gia đình hạt nhân và sự biến đổi các chức năng gia đình. 2) Sự cải thiện mức sống và gia tăng các ước vọng đối với sự đi động xã hội. 3) Việc chuyển biến ý thức của con người từ sự lệ thuộc mù quáng, tự phát sang chủ động, tự giác, từ chủ nghĩa truyền thống sang chủ nghĩa thế tục hiện đại, ở đó con người cá nhân, cá tính và tinh thần duy lý phát triển, thì chính cả 3 yếu tố đó đều liên quan mật thiết với truyền thông dân số, tác động lên hành vi sinh đẻ, lên những ứng xử dân số. Người ta đã khẳng định rằng việc xuất hiện trên đời của một đứa trẻ là chịu sự chi phối của các điều kiện kinh tế - văn hóa - xã hội đang hiện tồn, nơi mà con người cụ thể sinh sống. Vì thế tác động vào ý thức của những chủ nhân trực tiếp (những con người cụ thể đang sinh sống) làm xuất hiện những đứa trẻ đó phải là một trong những cách tiếp cận quan trọng để giải quyết vấn đề dân số. Ở đây đã xuất hiện vai trò của truyền thông và nó mang ý nghĩa tiếp cận văn hóa (còn gọi là "trường văn hóa"). Khi nội hàm của khái niệm truyền thông bao gồm các quan hệ của con người với nhau trực tiếp hoặc gián tiếp để nhận và truyền tin hay nói rõ hơn là trao đổi và xử lý thông tin. Trong thời đại ngày nay, vai trò của truyền thông càng ngày càng sáng giá vì nó thực sự quan trọng trong mọi lĩnh vực phát triển xã hội.

Trong chiến lược dân số ở nước ta, vấn đề kế hoạch hóa gia đình đang được xem như một giải pháp trọng tâm. Tuy nhiên sự thành bại của giải pháp đó căn cứ vào thái độ chấp nhận của các nhóm dân cư trong xã hội. Theo cách nhìn nhận đó, cần thiết phải khẳng định vai trò của truyền thông dân số, ở đây, chúng tôi nhất trí với nhận định của một nhà xã hội học là: "Một trong những đặc điểm của nước ta trong những năm sắp tới là, nếu như xưa kia, khi dịch vụ kế hoạch hóa gia đình còn vắng bóng thì sự đầu tư vào hệ thống kế hoạch hóa gia đình mang lại hiệu quả cao nhất thì, ngày hôm nay, sau nhiều thập kỷ triển khai chương trình kế hoạch hóa gia đình, vấn đề dịch vụ không còn phải là khâu yếu nhất trong chương trình nữa. . . Trong điều kiện Việt Nam, khi các định hướng phát triển còn chưa rõ ràng thì truyền thông dân số chính là khu vực sẽ đem lại những kết quả trước

mất cho sự biến đổi dân số" (¹)

Địa bàn chính trong hoạt động dân số số nước ta hiện nay là nông thôn, nơi có hơn 80% cư dân sinh sống và là khối cư dân được nhìn nhận là khó kiểm soát nhất về các hành vi sinh đẻ. Nghiên cứu truyền thông dân số: ví dụ: trước hết phải khảo sát và nhận diện được hiện trạng các kênh truyền thông đang hiện hữu gắn với các ứng xử dân số. Ở đây là sự khảo sát về những "phương tiện có mặt" của 2 loại kênh truyền thông sau:

1) *Kênh truyền thông chính thức*: bao hàm những thiết chế nhà nước vĩ mô thông qua các phương tiện truyền thông đại chúng (Mass-media), các thiết chế nhà nước vĩ mô thông qua các cấp chính quyền, các tổ chức quần chúng, các tổ chức chức năng.

2) *Kênh truyền thông không chính thức*: là những giao lưu xã hội nằm ngoài các thiết chế chính thức như các quan hệ gia đình, thân tộc, bạn bè, đồng nghiệp, tín ngưỡng... Ở đây nghiên cứu khả năng, điều kiện và hoàn cảnh thu phát thông tin, những tác động và khả năng tiếp nhận của đối tượng, những thuận lợi và khó khăn trong quá trình trao đổi thông tin. Đồng thời cũng nghiên cứu những tương tác và khả năng thay thế giữa 2 loại kênh thông tin, nghiên cứu khả năng kiểm soát và chỉ đạo thông tin của chúng ta đối với các nhóm xã hội khác nhau.

Thứ 2 là nghiên cứu truyền thông dân số trong bối cảnh những chuyển động của đời sống kinh tế - xã hội của đất nước hôm nay. Đặc biệt ở đây là cơ chế thị trường. Chính nền kinh tế thị trường sẽ có những tác động chi phối các hoạt động của truyền thông dân số và làm nảy sinh nhiều vấn đề khác. Vì thế cần thiết khảo sát được những tác động chi phối đó và đánh giá nó theo phương diện tích cực hay tiêu cực đối với sự biến đổi dân số.

Trong cuộc sống mọi sự vận hành đều chịu sự tác động và chi phối của điều kiện kinh tế, văn hóa, chính trị và cơ cấu xã hội. Chính vì thế nghiên cứu truyền thông dân số phải được đặt trong toàn bộ sự vận hành của cơ chế ấy.

Nông thôn Việt Nam hiện nay đang ở trong giai đoạn có nhiều chuyển đổi quan trọng, mà rõ rệt nhất là trong lĩnh vực sản xuất kinh doanh, theo xu hướng sản xuất hàng hóa. Kinh tế thị trường bước đầu đã có xác lập được vị trí của mình, tác động và làm biến đổi diện mạo đời sống nông thôn nói chung, trong đó bao hàm cả đời sống kinh tế - xã hội và văn hóa. Kéo theo nó, sâu sa hơn là sự thay đổi về cấu trúc, về vai trò, về hệ thống chuẩn mực xã hội và định hướng giá trị. Đời sống vật chất được cải thiện hơn, đời sống tinh thần văn minh hơn, nhận thức và trình độ dân trí cởi mở hơn, năng động hơn. Tóm lại là nhiều nhân tố mới đã xuất hiện và phát triển mạnh mẽ với tư cách là những xu hướng tất yếu, lịch sử trên cơ sở một nền tảng tồn tại biện chứng khách quan. Điều đó là rất dễ nhận thấy, nhất là trong đời sống kinh tế. Cụ thể như sự biến đổi về cấu trúc và loại hình nhà ở, sự thay đổi và nâng cao chất lượng về đồ dùng và phương tiện sinh hoạt. Cách đây năm, mười năm nói đến máy thu hình, đến xe máy ở nông thôn là điều mơ tưởng. Đi qua một làng quê Việt Nam hiện nay, nhất là ở đồng bằng Bắc Bộ, đã xuất hiện nhiều cửa hàng, cửa hiệu, quán xá, nhà kho... Khảo sát ở xã Hồng Minh huyện Phú Xuyên, Tỉnh Hà Tây, cho thấy là có tới 22,1% số hộ nông dân có nhà kho; 2,7% có quán bán hàng, cửa hiệu (²).

Sau khoán 10, kinh tế tự chủ hộ gia đình nông dân được xác lập, đồng hành với sự thừa nhận và cổ vũ nền sản xuất hàng hóa, xu hướng "tư nhân hoá" bắt đầu bám rễ ở nông thôn. Sau môi trường đô thị, tuy chậm hơn một chút, nhưng ở nông thôn cũng đã xuất hiện những nhân tố khẳng định con người cá nhân, vai trò cá nhân - Vì thế nhân cách và cá tính con người bước đầu được xác lập thay dần con người với tư cách vai trò chức năng trong các cộng đồng xã hội truyền thống. Từ khảo sát truyền thông dân số tại Hồng Minh, điều này được rút ra qua nghiên cứu các kênh truyền thông không chính thức như vai trò của quan hệ vợ chồng, qua phương thức

¹ Trương Lai: *Một số hướng nghiên cứu dân số trong những năm sắp tới*, Báo cáo tại Seminar "Nghiên cứu dân số ở Việt Nam". Dự án VIE/88/P05. Hà Nội, 3/1992

² Khảo sát xã hội về truyền thông dân số tại xã Hồng Minh (Phú Xuyên - Hà Tây) tháng 1-1992.

phản hồi truyền thông và xử lý truyền thông. Việc xác lập con người với tư cách cá tính và nhân cách là một cơ sở trong sách lược truyền thông dân số nói riêng và chiến lược phát triển nông thôn nói chung.

Tuy nhiên nhìn vào cấu trúc xã hội nông thôn hiện nay, chưa thể nói được rằng sự chuyển đổi mọi mặt đời sống xã hội đã hoàn chỉnh, sự giải thể các mô hình truyền thống đã hoàn tất. Bởi lẽ mọi sự chuyển đổi xã hội diễn ra trong thực tế là vô cùng phức tạp, đa dạng, các xu thế vận động là không theo chiều hướng thuần nhất. Các chuyển đổi về lĩnh vực kinh tế bao giờ cũng xảy ra đầu tiên, tiếp theo đó là sự chuyển động của đời sống văn hóa tinh thần và cuối cùng mới đến sự thay đổi và biến đổi của hệ thống các định hướng giá trị. Nói cách khác là sự phát triển của đời sống kinh tế bao giờ cũng nhanh hơn là đời sống văn hóa, tinh thần. Trong đời sống nông thôn vì thế, bên cạnh sự xuất hiện và tồn tại của các nhân tố mới, trước hết là các nhân tố kinh tế thì cũng đồng hành song song sự tồn tại và bảo lưu những mô hình văn hóa truyền thống, những thói quen, tập tục xưa cũ. Đương nhiên những yếu tố, những giá trị truyền thống dần dần sẽ bị thay thế, bị hòa nhập vào xu thế mới. Nhưng điều đó là công việc không thể xảy ra trong một sớm một chiều. Những nhận xét này cũng hiện lên qua các nghiên cứu sâu tại địa bàn khảo sát.

Trên cơ sở diện mạo chung ấy của đời sống xã hội nông thôn hiện nay mà bối cảnh hiện trạng dân số cư dân nông nghiệp cũng chịu sự tác động và chi phối của các điều kiện kinh tế, chính trị, xã hội tương ứng. Vấn đề đất đai, việc làm và dân số, đang là những thời sự nóng bỏng, gay gắt ở nông thôn hiện nay. Nếu xem các chính sách lớn về kinh tế của nhà nước đã được thực thi trong những năm qua là giải pháp tất yếu, thì trong đó lĩnh vực dân số cũng được tác động theo chiều hướng tích cực. Tuy nhiên phải nhận thức rằng không phải giải quyết được kinh tế là giải quyết được vấn đề dân số, tức là kiểm soát được mức sinh. Vấn đề dân số, trước hết và cơ bản nhất liên quan đến ứng xử dân số và hành vi sinh đẻ mà những nhân tố này lại chịu sự chi phối của một hệ thống các chuẩn mực và định hướng giá trị. Ở đây chúng tôi nhất trí với nhận xét của tác giả Srikantan: "Những thay đổi cơ bản trong các giá trị qui mô gia đình đòi hỏi phải đồng thời cả trong các giá trị xã hội liên quan đến sự bình đẳng giới tính và sự ưa thích con trai. Cơ cấu xã hội và các thiết chế qui định địa vị của người phụ nữ, sự tham gia của phụ nữ vào các hoạt động kiếm sống ngoài nông nghiệp, và sự đảm bảo về kinh tế cùng sự bảo trợ xã hội của người phụ nữ, tất cả các thiết chế khác cần phải thay đổi để làm cho chuẩn mực qui mô gia đình và sự ưa thích con trai giảm đi và để mở rộng yêu cầu đối với kế hoạch hóa gia đình" (³).

Vì thế vấn đề kiểm soát mức sinh ở nước ta, mà trước hết và quan trọng nhất ở địa bàn dân cư nông thôn, hãy còn là một công việc khó khăn. Bởi lẽ nhiều chuyển đổi khả quan đã diễn ra, nhưng quá trình đó chưa đủ làm thay đổi hoàn toàn các giá trị qui mô gia đình, và các giá trị xã hội liên quan đến vấn đề dân số. Ở một địa bàn dân cư mà sự việc của một nhà còn là sự kiện của cả làng (như ma chay, cưới xin) thì nơi đó vẫn là đất sống của các quan hệ cổ truyền, của các giá trị lâu đời trong đó không ít giá trị cản trở việc giải phóng người phụ nữ khỏi những vai trò nặng nề, xưa cũ của mình. Có một thực tế là trong nhiều năm phong trào kế hoạch hóa gia đình đã thực sự có ảnh hưởng trong nông thôn nước ta, nhiều thành quả đã được ghi nhận. Tuy nhiên đang tồn tại một thực tế khác là trong cư dân nông thôn những ai đã có nhận thức cao về kế hoạch hóa gia đình và có điều kiện để thực thi thì đều đã thực hiện. Còn những ai chưa nhận thức được hoặc chưa có điều kiện để thực thi thì rõ ràng việc kế hoạch hóa gia đình là khó có khả năng hiện hữu. Trong câu hỏi mở của bảng điều tra chọn mẫu tại Hồng Minh, với những đối tượng chưa thực hiện kế hoạch hóa gia đình, chúng tôi thu được một số lý do sau: Sợ ảnh hưởng sức khỏe: 13,3%; không có: 7,1%; hay quên: 7,1% và không biết: 75,2%. Trong các lý do được kể trên thì một phần phụ thuộc về sự thiếu thốn, yếu kém của các dịch vụ và phương tiện kế hoạch hóa gia đình ở nước ta (không có và sợ ảnh hưởng đến sức khỏe) còn phần lớn là thuộc về nhận thức. Vì thế một mặt cho thấy rằng đời sống kinh tế được nâng lên chưa hẳn đã kéo theo sự nâng lên tương ứng của nhận thức dân số, của hành vi sinh đẻ. Trái lại còn là có lý khi có quan điểm cho rằng trong những điều kiện kinh tế - xã hội nông thôn hiện nay thì sự phát triển kinh tế đơn thuần sẽ là tác nhân gia tăng dân số, vì lẽ với người nông dân chỉ cần có

³ Xem: Báo cáo là Hội 'làn/ dân số quốc tế, IUSSP. Newdli - 1989.

khả năng về kinh tế đủ nuôi dưỡng con cái hầu đạt được kỳ vọng về giá trị của đứa con theo ý nghĩa truyền thống. Mặt khác, việc đa số đối tượng không thực hiện kế hoạch hóa gia đình xuất phát từ vấn đề nhận thức phản ánh nhiều nguyên nhân cùng tồn tại. Ở đây, có tác nhân của các giá trị truyền thống được bảo lưu, các quan niệm tôn giáo, tín ngưỡng và có cả lý do hoạt động của phong trào dân số và kế hoạch hóa gia đình hiện nay. Chúng tôi không muốn bàn nhiều về những hạn chế của hoạt động dân số và kế hoạch hóa gia đình hiện nay mà một số công trình khoa học khác vấn đề này đã được chỉ ra. Chúng tôi có một nhận xét khác căn cứ trên những luận điểm được đưa ra qua chương trình nghiên cứu. Đó là việc nâng cao nhận thức dân số và kế hoạch hóa gia đình của cư dân nông thôn trước hết là nhiệm vụ của công tác truyền thông dân số. Và phải chăng truyền thông dân số là chìa khóa, là giải pháp quan trọng để giải quyết vấn đề dân số ở địa bàn nông thôn nước ta trong bối cảnh hiện nay?

*

* *

Bằng nghiên cứu sâu có kết hợp với điều tra chọn mẫu tại địa bàn xa Hồng Minh - Phú Xuyên - Hà Tây, cho thấy trong hoạt động dân số thì công tác truyền thông dân số và kế hoạch hóa gia đình còn chưa được quan tâm chú ý, thực tế vẫn bị xem nhẹ. Đó là vấn đề tuyên truyền vận động còn mang tính hình thức, phiến diện, thời vụ, nặng nề những biện pháp hành chính và những xử lý kỹ thuật, trình độ truyền thông thấp kém v.v... Vì vậy đã đến lúc phải cấp thiết có một chiến lược truyền thông dân số cho địa bàn dân cư nông thôn. Trên cơ sở khảo sát, nghiên cứu thực địa, chúng tôi có những kiến nghị sau đây:

1. Đối tượng truyền thông. Đây là bước đầu tiên, có ý nghĩa rất quan trọng. Người ta nhận thức rằng phụ nữ - những bà mẹ, là đối tượng chính của kế hoạch hóa gia đình. Vì thế hầu như hoạt động tuyên truyền vận động dân số ở nông thôn đều tập trung vào đối tượng này, hội phụ nữ được giao là tổ chức chính trong công tác vận động kế hoạch hóa gia đình. Qua địa bàn khảo sát Hồng Minh, người ta còn xác định sâu hơn về đối tượng cụ thể phải tuyên truyền vận động, đó là những phụ nữ sinh con một bề, nhất là còn thiếu con trai và những phụ nữ còn ít con. Quan niệm trên đây là rất có lý nhưng không phải lúc nào cũng thích hợp, hơn nữa bản thân người phụ nữ còn chịu nhiều chi phối khác. Nói ví dụ trong một trường hợp cụ thể bản thân người phụ nữ đã có ý thức về kế hoạch hóa gia đình nhưng những người khác trong gia đình không chấp nhận và ngăn cản thì phỏng người phụ nữ đó có thực hiện được nhận thức của mình hay không. Mặt khác, trong bối cảnh nông thôn hiện nay, như đã nói, những người đã nhận thức được và có điều kiện để thực thi thì đã thực hiện kế hoạch hóa gia đình. Qua khảo sát địa bàn Hồng Minh, chúng tôi thấy rằng còn một đối tượng rất quan trọng, mà trong thực tế truyền thông dân số hầu như bị bỏ qua. Đó là những người chồng, những người đàn ông có vợ trong độ tuổi sinh đẻ. Nghiên cứu sâu về các kênh truyền thông không chính thức thì quan hệ vợ - chồng đóng một vai trò rất lớn trong việc tiếp nhận, trao đổi và xử lý thông tin dân số. Ngoài ý nghĩa là một trong những nhân tố quyết định ý thức và hành vi sinh đẻ của người phụ nữ, thì bản thân người đàn ông cũng là một nhân tố tạo ra hình vi sinh đẻ. Có nghĩa là người chồng cũng chính là một đối tượng để thực hiện các biện pháp kế hoạch hóa gia đình. Trong thực tế khảo sát, những người chồng có vợ trong độ tuổi sinh đẻ ấy gần như không có một tổ chức xã hội nào kiểm soát. Họ thường là không sinh hoạt Đoàn, hoặc đã quá tuổi để ở trong tổ chức đoàn thanh niên lại còn quá sớm để tham gia mặt trận hay phụ lão, họ chỉ biết sản xuất và kinh doanh. Bỏ qua đối tượng này sẽ là một thiếu sót lớn trong công tác truyền thông dân số ở nông thôn. Chúng tôi đồng ý rằng vừa phải xác định phụ nữ như một đối tượng vận động chính, cùng với việc nâng cao vai trò và vị trí của họ, đồng thời phải đặc biệt chú trọng đến đối tượng người chồng, cũng với tư cách là một đối tượng chính thực hiện kế hoạch hóa gia đình.

2) Nội dung truyền thông.

Như kết quả khảo sát cho thấy là chất lượng nội dung truyền thông dân số còn rất thấp, phổ biến vẫn là tính hình thức, sơ lược, một chiều. Yêu cầu cấp bách phải đặt ra là nâng cao chất lượng truyền thông dân số và kế hoạch hóa gia đình, có nghĩa là phải giới thiệu, lý giải và phân tích một cách hệ thống toàn diện về các vấn đề dân số và kế hoạch hóa gia đình, đặt trong mối liên hệ biện chứng với những vấn đề thời đại. Đồng thời chú

trọng đến yếu tố thiết thực, cụ thể, dễ hiểu trong nội dung truyền thông. Có nghĩa là các thông tin về dân số kế hoạch hóa gia đình, về các biện pháp tránh thai phải được giới thiệu, truyền đạt và hướng dẫn đến tận các đối tượng. Mặt khác, để làm được điều đó cần thiết phải nâng cao sức thuyết phục, khả năng lôi cuốn hấp dẫn của nội dung dân số và kế hoạch hóa gia đình, đồng thời phải tính đến vấn đề đưa nội dung ấy đến với từng đối tượng truyền thông thích hợp như tôn giáo, lứa tuổi, giới tính... Cụ thể như trong cộng đồng thiên chúa giáo cần giới thiệu tất cả các biện pháp tránh thai, nhưng phải chú trọng hơn những biện pháp không đối lập với giáo lý như biện pháp tính lịch, xuất tinh ngoài, dùng thuốc, bao cao su

3) Phương tiện và phương thức truyền thông:

Muốn truyền đạt được các thông tin dân số và kế hoạch hóa gia đình đến được đối tượng và có hiệu quả, rõ ràng phải có những phương tiện và phương thức thích ứng.

Về phương tiện truyền thông: hiện nay chủ yếu thông tin dân số và kế hoạch hóa gia đình trên các kênh chính thức được phát ra từ các phương tiện truyền thông đại chúng của nhà nước và một số tổ chức quần chúng, chức năng ở cơ sở. Trên các phương tiện truyền thông đại chúng cần phải nâng cao chất lượng truyền thông dân số và kế hoạch hóa gia đình, tránh tính chất hình thức, đơn giản và những thông tin trái ngược nhau, triệt tiêu lẫn nhau. Công tác xử lý thông tin của các phương tiện truyền thông đại chúng phải được xem trọng, đồng thời phải tính đến giờ phát, buổi phát để thích hợp với đối tượng. Cần thiết phải đầu tư xuất bản các tài liệu tuyên truyền về dân số và kế hoạch hóa gia đình và nếu có thể thì phát không cho đối tượng, bởi lẽ với tâm lý người nông dân lúc này bỏ tiền ra, dù là 5 - 7 trăm đồng để mua một cuốn sách vẫn là một điều khó khăn. Mặt khác phải chú trọng đến các tổ chức truyền thông dân số hiện có ở cơ sở như đầu tư về đào tạo, nâng cao tri thức dân số và kế hoạch hóa gia đình, đầu tư về phương diện vật chất như sách báo, loa đài máy chiếu phim, đầu video (một khi khả năng cho phép). Để tính đến hiệu quả của quá trình đầu tư này, trước hết cần làm thí điểm ở một số cơ sở, từ đó mới có thể có kế hoạch triển khai trên diện rộng.

Về phương thức tiếp cận truyền thông dân số: trong thực tế vẫn thiên về chuyên tải thông tin cho đối tượng mà chưa chú ý nhiều đến sự hướng dẫn thuyết phục và xử lý thông tin. Có những nguyên nhân khách quan và chủ quan của sự tồn tại này. Tuy nhiên để giải quyết nó trước hết cần tăng cường hơn nữa về các tổ chức xử lý truyền thông, như trạm y tế xã, hội phụ nữ. Ngoài ra cần chú trọng hơn đến các kênh truyền thông không chính thức như gia đình, tôn giáo, y tế và văn hóa tư nhân... Có nghĩa là phải tác động và kiểm soát được các *kênh truyền thông nhóm* trong cư dân nông thôn. Chúng tôi cho rằng đây là lực cản quan trọng nhất của truyền thông dân số hiện nay.

4) Tổ chức truyền thông: ở địa bàn nông thôn hiện nay, nhất là cấp xã, từ chính quyền đến các tổ chức chính trị, quần chúng, nghiệp vụ chưa thật sự quán triệt tinh thần của chủ trương kế hoạch hóa gia đình và đưa vấn đề vận động, tuyên truyền dân số vào nhiệm vụ hoạt động. Tuy nhiên, trong thực tế hoạt động của các tổ chức xã hội ấy chưa có hiệu quả cao. Phải chăng vì tính cộng đồng trách nhiệm và ý thức về trách nhiệm chung mà chưa có trách nhiệm thực sự trong phong trào này. Chúng tôi cho rằng đã đến lúc cần tổ chức lại các tổ chức có nhiệm vụ về phong trào dân số và kế hoạch hóa gia đình, ở cơ sở. Chúng tôi thực sự chưa có được những phương án cụ thể về vấn đề này, nhưng trong tình thế hiện tại nên chăng nghĩ đến những giải pháp như: cần có một Ban dân số và kế hoạch hóa gia đình cấp xã ăn lương chuyên nghiệp, chứ không phải như hiện nay nhiều xã đã có Ban này nhưng thành viên là đại diện các tổ chức xã hội, quần chúng cấp xã, hoạt động theo kiểu cộng đồng trách nhiệm, đây tính hình thức.

Cuối cùng một vấn đề rất quan trọng phải đặt ra là *con người truyền thông*. Đã qua rồi cái thời kỳ chỉ cần lòng nhiệt tình là đủ. Ngày hôm nay, người làm công tác truyền thông dân số, ngoài lòng nhiệt tình thì yêu cầu trước hết phải là có tri thức về dân số và kế hoạch hóa gia đình, là uy tín xã hội tại địa bàn cư trú. Sẽ không thuyết phục được đối tượng nếu người đi tuyên truyền vận động lại kém hiểu biết về chuyên môn, lại càng tai hại khi bản thân người đó lại vỡ kế hoạch về kế hoạch hóa gia đình chẳng hạn. Vì thế cần có những lớp tập huấn cấp tốc và trang bị tài liệu cần thiết cho những cán bộ tham gia vào công tác truyền thông ở cơ sở. Mặt khác, trong lĩnh vực này phải rất chú trọng đến những lực lượng "trội" trong dân cư nông nghiệp, nghĩa là những

nhóm người có uy tín và vị trí xã hội trong khối cư dân ấy. Trong cộng đồng dân cư nông nghiệp hiện nay những nhóm trội thường là: cán bộ chính quyền, đoàn thể, những người già có uy tín, giáo viên, những người học thức cao, những tiểu chủ mới xuất hiện, các người có trách nhiệm chủ yếu về các tôn giáo ở địa phương. Do là những người có phạm vi giao tiếp xã hội rất rộng, tiếng nói của họ có trọng lượng và có độ lan tỏa lớn trong khối cư dân này. Vì thế chính họ cũng trở thành những kênh truyền thông thu, phát và xử lý thông tin rất đáng kể ở nông thôn. Việc hợp tác, phối hợp và sử dụng được những "nhóm trội" này vào công tác truyền thông dân số ở nông thôn là rất có ý nghĩa và sẽ mang lại hiệu quả cụ thể. Vì thế trong các cuộc họp liên tịch mở rộng, trong các lớp tập huấn về dân số và kế hoạch hóa gia đình ở cơ sở nên có sự tham gia của các nhóm trội đó. Đó là bước đi đầu tiên, còn sau đó sự phối hợp hoạt động, thiết nghĩ sẽ đơn giản hơn nhiều.

Tóm lại sẽ không là sớm nữa khi nhận định rằng truyền thông dân số và kế hoạch hóa gia đình đang và sẽ là lĩnh vực đặc địa trong hoạt động dân số ở nước ta nhằm kiểm soát mức sinh, rút ngắn thời kỳ quá độ dân số. Tuy nhiên trên con đường chưa phải là quốc lộ thì những bước đi đầu tiên là rất quan trọng và không ít khó khăn. Chúng tôi nghĩ rằng các nghiên cứu sâu cần được xem là một trong những bước đi ban đầu ấy.